

FAKTOR-FAKTOR YANG TELAH MENDORONG GRADUAN DAN
ALUMNI UNIVERSITI TEKNOLOGI MALAYSIA MENCEBURI
BIDANG KEUSAHAWANAN

PROF. MADYA DR. MOHD. HASSAN BIN MOHD. OSMAN

VOT PENYELIDIKAN:

75004

FAKULTI PENGRUSAN DAN PEMBANGUNAN SUMBER MANUSIA
UNIVERSITI TEKNOLOGI MALAYSIA

2007

ABSTRAK

Kajian membincangkan faktor- faktor yang telah mendorong graduan dan Alumni UTM menceburi bidang keusahawanan. Terdapat empat faktor yang difokuskan dalam kajian ini iaitu faktor latar belakang usahawan, faktor motivasi, faktor sikap dan faktor kemahiran. Data diperolehi melalui soal selidik dan seramai 53 orang usahawan yang telah menjawab borang soal-selidik tersebut. Hasil kajian menunjukkan majoriti usahawan bersetuju bahawa faktor motivasi, faktor sikap dan faktor kemahiran menjadi faktor terpenting dalam mempengaruhi mereka menjadi seorang usahawan manakala faktor latar belakang kurang mempengaruhi mereka untuk menceburi bidang tersebut. Analisis korelasi Spearman digunakan untuk melihat hubungan antara faktor pendorong dengan tiga dimensi pencapaian usahawan iaitu peningkatan pelaburan modal, jumlah jualan kasar dan aset yang dimiliki. Hasil pengujian hipotesis mendapati wujudnya hubungan yang signifikan antara faktor sikap usahawan dengan pelaburan modal dan hubungan antara faktor kemahiran usahawan dengan jumlah jualan kasar syarikat. Di penghujung kajian turut dibincangkan beberapa cadangan untuk membangun bidang keusahawanan di Universiti Teknologi Malaysia.

ABSTRACT

The study identified factors that motivated UTM alumni's and graduates to be an entrepreneur. This research focused on four main factors i.e. namely entrepreneur background, motivation, attitude and skills. A set of questionnaire was distributed to 53 entrepreneurs who were UTM alumni. The study found that majority of the respondents agreed that attitude, motivation and skills, are the three most important factors influencing UTM graduate to be an entrepreneur. The study also found that majority of the entrepreneurs agreed that entrepreneur's background is not a major factor that influenced them to be an entrepreneur. Spearman correlation analysis was employed to determine the relationship between these influencing factors with three dimensions of entrepreneur achievement: i.e. capital investment, total sales and company assets. A number of hypotheses were tested and it was found that significant correlation between entrepreneur attitude and capital investment as well as entrepreneur skills and total sales. Finally, the study proposes ways to further develop entrepreneurship in Universiti Teknologi Malaysia.

KANDUNGAN

BAB	PERKARA	HALAMAN
	ABSTRAK	ii
	ABSTRACT	iii
	KANDUNGAN	iv
	SENARAI RAJAH	vii
	SENARAI JADUAL	viii
	SENARAI SINGKATAN	xi
	SENARAI LAMPIRAN	xii
BAB I	Pengenalan	
1.1	Latar Belakang	1
1.2	Penyataan Masalah	3
1.3	Matlamat Kajian	5
1.4	Objektif Kajian	5
1.5	Persoalan Kajian	5
1.6	Hipotesis Kajian	6
1.7	Skop Kajian	8
1.8	Batasan Kajian	8
1.9	Kepentingan Kajian	8
1.10	Definisi Konsep Dan Operasi	9
1.11	Ringkasan	13

BAB II	KAJIAN LITERATUR	
2.1	Pengenalan	11
2.2	Siapakah Usahawan?	12
2.3	Takrif Keusahawanan	13
2.4	Ciri-Ciri Usahawan	15
2.5	Faktor-Faktor Yang Telah Mendorong Usahawan Menceburi Bidang Keusahawanan	18
2.6	Pendidikan Keusahawanan	35
2.7	Latihan Keusahawanan	38
2.8	Unit Pembangunan Alumni (UPA)	39
2.9	Kerangka Teori Kajian	40
2.10	Ringkasan	42
 BAB III	 METODOLOGI KAJIAN	
3.1	Pengenalan	43
3.2	Rekabentuk Kajian	43
3.3	Kaedah Pengumpulan Data	44
3.4	Cara Pemberian Markat	47
3.5	Kajian Rintis	47
3.6	Kaedah Penganalisan Data	49
3.7	Ringkasan	52
 BAB IV	 PENGANALISISAN DATA	
4.1	Pengenalan	53
4.2	Latar belakang Responden	53
4.3	Profil Syarikat	55
4.4	Faktor Pendorong Usahawan	64
4.5	Pencapaian Usahawan Dalam Peningkatan Jumlah Modal, Jualan Dan Aset	68
4.6	Pencapaian Usahawan Dalam Aspek Pelaburan Modal, Nilai Jualan Kasar dan Nilai Aset Usahawan	74

4.7	Hubungan Faktor Pendorong Dengan Pencapaian Usahawan	78
4.8	Mengkaji Perbezaan Di Antara Faktor Pendorong Dengan Demografi Usahawan Menggunakan Ujian Kruskal Wallis	87
4.9	Rumusan Dapatan	92
4.10	Ringkasan	94
BAB V	PERBINCANGAN HASIL KAJIAN, CADANGAN DAN KESIMPULAN	
5.1	Pengenalan	95
5.2	Rumusan Kajian	95
5.3	Perbincangan Hasil Kajian	97
5.4	Kesimpulan	101
5.5	Cadangan	102
5.6	Ringkasan	108
RUJUKAN		109
LAMPIRAN		
	Lampiran A: Borang Soal-Selidik	
	Lampiran B: Skor Min Bagi Faktor Pendorong Usahawan	

SENARAI RAJAH

NO. RAJAH	TAJUK	HALAMAN
2.1	Model Pembangunan Usahawan	20
2.2	Hubungan Di Antara Tahap Kejayaan Dengan Tahap Pendidikan Bagi Usahawan-Usahawan Yang Berjaya Di Amerika Syarikat.	24
2.3	Kerangka Umum Proses Menjadi Usahawan	37
2.4	Proses Pembentukan Kerangka Teori Bagi Usahawan	41
2.5	Kerangka Teori Kajian Ini	41
3.1	Carta Aliran Proses Kajian	44

SENARAI JADUAL

NO. JADUAL	TAJUK	HALAMAN
3.1	Taburan Soalan Pencapaian Usahawan	46
3.2	Nilai Alpha Cronbach Bagi Kajian Rintis	48
3.3	Tahap Faktor Latar Belakang Usahawan	49
3.4	Tahap Faktor Motivasi	50
3.5	Tahap Faktor Sikap	50
3.6	Tahap Faktor Sikap	50
3.7	Tahap Pencapaian Usahawan	51
3.8	Alat Penyelidikan Yang Digunakan	51
3.9	Alat Statistik Yang Digunakan	52
4.1	Taburan Latar Belakang Usahawan	54
4.2	Taburan Tahun Penubuhan Syarikat	56
4.3	Taburan Tahun Beroperasi	56
4.4	Taburan Jenis Pemilikan Syarikat	57
4.5	Taburan Sektor Perniagaan	58
4.6	Perniagaan Berasaskan Teknologi	58
4.7	Taburan Modal Pada Tahun Permulaan Perniagaan	59
4.8	Taburan Modal Pada Tahun Semasa Perniagaan	60
4.9	Taburan Jualan Pada Tahun Permulaan Perniagaan	61
4.10	Taburan Jualan Pada Tahun Semasa Perniagaan	62
4.11	Taburan Nilai Aset Pada Tahun Permulaan Perniagaan	63
4.12	Taburan Nilai Aset Pada Tahun Semasa Perniagaan	64
4.13	Faktor Latar Belakang Usahawan	65
4.14	Faktor Motivasi	66
4.15	Faktor Sikap	67
4.16	Faktor Kemahiran	68
4.17	Bilangan Usahawan Dalam Peningkatan Pelaburan	

	Modal Tahun Semasa	69
4.18	Bilangan Usahawan Dalam Peningkatan Jumlah Jualan Kasar Tahun Semasa	70
4.19	Bilangan Usahawan Dalam Peningkatan Nilai Aset Tahun Semasa	72
4.20	Bentuk Perubahan Semenjak Penubuhan Perniagaan	73
4.21	Masalah Membayar Balik Pinjaman Modal Permulaan	74
4.22	Pencapaian Usahawan Dalam Pelaburan Modal Mengikut Peringkat Jurusan	75
4.23	Pencapaian Usahawan Dalam Pelaburan Modal Mengikut Jenis Perniagaan	75
4.24	Pencapaian Usahawan Dalam Aspek Jualan Kasar Mengikut Jurusan	76
4.25	Pencapaian Usahawan Dalam Aspek Jualan Kasar Mengikut Jenis Perniagaan	77
4.26	Pencapaian Usahawan Dalam Jumlah Aset Mengikut Jurusan	77
4.27	Pencapaian Usahawan Dalam Jumlah Aset Mengikut Jenis Perniagaan	78
4.28	Tafsiran Umum Korelasi	79
4.29	Hubungan Jumlah Pelaburan Modal Dengan Faktor Latar Belakang	80
4.30	Hubungan Peningkatan Jumlah Jualan Kasar Dengan Faktor Latar Belakang	80
4.31	Hubungan Jumlah Peningkatan Nilai Aset Dengan Faktor Latar Belakang	81
4.32	Hubungan Jumlah Pelaburan Modal Dengan Faktor Motivasi	82
4.33	Hubungan Peningkatan Jumlah Jualan Kasar Dengan Faktor Motivasi	82
4.34	Hubungan Peningkatan Jumlah Nilai Aset Dengan Faktor Motivasi	83
4.35	Hubungan Jumlah Pelaburan Modal Dengan	

	Faktor Sikap	83
4.36	Hubungan Jumlah Jualan Kasar Dengan Faktor Sikap	84
4.37	Hubungan Jumlah Nilai Aset Dengan Faktor Sikap	85
4.38	Hubungan Jumlah Pelaburan Modal Dengan Faktor Kemahiran	85
4.39	Hubungan Peningkatan Jumlah Jualan Kasar Dengan Faktor Kemahiran	86
4.40	Hubungan Antara Jumlah Nilai Aset Dengan Kecenderungan Mengambil Risiko	86
4.41	Ujian Perbezaan Antara Faktor Pendorong Usahawan Dengan Jurusan Yang Diambil Oleh Usahawan Semasa Di UTM	88
4.42	Ujian Perbezaan Antara Faktor Pendorong Usahawan Dengan Jenis Peniagaan Yang Diceburi	91
4.43	Tahap Faktor Pendorong Usahawan Mengikut Dimensi	93
4.44	Hubungan Faktor Pendorong Dengan Pencapaian Usahawan	93
4.45	Pengujian Hipotesis Nol (H_0)	94

SENARAI SINGKATAN

DC		<i>District of Columbia</i>
IPT		Institut Pengajian Tinggi
KPUN	-	Kementerian Pembangunan Usahawan
MARA	-	Majlis Amanah Rakyat
MBA		<i>Master of Business Administration</i>
MEDEC		Pusat Pembangunan Usahawan Malaysia
UPA	-	Unit Pembangunan Alumni
UTM	-	Universiti Teknologi Malaysia

SENARAI LAMPIRAN

Lampiran A: Borang Soal-Selidik

Lampiran B: Skor Min Bagi Faktor Pendorong Usahawan

UNIVERSITI TEKNOLOGI MALAYSIA

**BORANG PENGESAHAN
LAPORAN AKHIR PENYELIDIKAN**

TAJUK PROJEK : **FAKTOR-FAKTOR YANG TELAH MENDORONG
GRADUAN DAN ALUMNI UNIVERSITI TEKNOLOGI
MALAYSIA MENCEBURI BIDANG KEUSAHAWANAN**

Saya MOHD. HASSAN BIN MOHD. OSMAN
(HURUF BESAR)

Mengaku membenarkan **Laporan Akhir Penyelidikan** ini disimpan di Perpustakaan Universiti Teknologi Malaysia dengan syarat-syarat kegunaan seperti berikut :

1. Laporan Akhir Penyelidikan ini adalah hakmilik Universiti Teknologi Malaysia.
2. Perpustakaan Universiti Teknologi Malaysia dibenarkan membuat salinan untuk tujuan rujukan sahaja.
3. Perpustakaan dibenarkan membuat penjualan salinan Laporan Akhir Penyelidikan ini bagi kategori TIDAK TERHAD.
4. * Sila tandakan (/)

☐

SULIT

(Mengandungi maklumat yang berdarjah keselamatan atau Kepentingan Malaysia seperti yang termaktub di dalam AKTA RAHSIA RASMI 1972).

☐

TERHAD

(Mengandungi maklumat TERHAD yang telah ditentukan oleh Organisasi/badan di mana penyelidikan dijalankan).

☒

TIDAK
TERHAD



TANDATANGAN KETUA PENYELIDIK

PM Dr. Mohd. Hassan Mohd. Osman

Nama & Cop Ketua Penyelidik
PM Dr. Mohd. Hassan Mohd. Osman
Fakulti Pengurusan & Pembangunan Sumber Manusia
UNIVERSITI TEKNOLOGI MALAYSIA,
81310 Skudai

Tarikh : 13 Disember 2007

CATATAN : * Jika Laporan Akhir Penyelidikan ini SULIT atau TERHAD, sila lampirkan surat daripada pihak berkuasa/organisasi berkenaan dengan menyatakan sekali sebab dan tempoh laporan ini perlu dikelaskan sebagai SULIT dan TERHAD.

BAB I: PENGENALAN

1.1 Latar Belakang

Untuk menghadapi cabaran di era globalisasi, Malaysia perlu mempunyai usahawan yang berketrampilan dalam pelbagai disiplin seperti kemahiran ICT dan berfikir secara saintifik, kritikal, inovatif dan kreatif. Pembangunan Sains dan Teknologi yang canggi merupakan sumber peneraju yang akan menempatkan Malaysia di taraf yang boleh bertanding dengan negara lain seiring dengan era globalisasi, k-ekonomi dan ICT. Justeru itu, kerajaan kita sangat mengambil berat tentang perkembangan dunia keusahawanan terutamanya yang berteraskan teknologi.

Untuk mengukuhkan lagi tapak keusahawanan selaras dengan aliran perkembangan ekonomi negara, kerajaan telah memberi tumpuan kepada aspek-aspek seperti penguasaan teknologi moden di kalangan usahawan agar dapat melahirkan usahawan berpengetahuan dan usahawan berasaskan teknologi (*technopreneur*) bagi meningkatkan kualiti dan seterusnya berdaya saing serta berdaya tahan dalam mengharungi dunia yang serba pantas ini (Mohd Nasir, 2003).

Masyarakat yang mempunyai ramai usahawan adalah merupakan masyarakat yang terbaik (Ab.Aziz, 2003). Ini kerana usahawan merupakan individu yang paling dinamik, kreatif dan inovatif. Mereka sedia untuk berhadapan dengan ketidaktentuan melalui kreativiti dan kesungguhan untuk mencapai kejayaan. Semangat ini telah menyebabkan mereka melihat hari esok dengan penuh peluang dan berkeyakinan untuk merebut peluang berkenaan. Oleh itu, usahawan perlu mencipta dan menceburi bidang baru bagi meningkatkan daya saing dengan memberi lebih banyak pilihan kepada masyarakat serta kesejahteraan mereka.

Golongan usahawan merupakan golongan yang dikenalpasti sebagai agen kepada perubahan ekonomi dunia yang dapat kita lihat pada hari ini (Lambing dan Kuehl, 2000). Mereka telah membuktikan kenyataan yang terlebih dahulu diperakui oleh

Zenkin (1981) bahawa tanpa golongan usahawan aktiviti pembangunan sosio-ekonomi di sesebuah negara mungkin tidak akan berlaku. Oleh itu, usahawan amat diperlukan oleh seluruh dunia kerana ianya sering dikaitkan dengan pembangunan ekonomi Negara.

Menurut Birch (1987) pula, syarikat yang mempunyai pekerja kurang daripada 100 orang menciptakan lebih banyak pekerjaan berbanding dengan syarikat yang mempunyai bilangan pekerja yang lebih daripada 100 orang dalam masa 9 hingga 10 tahun. Syarikat-syarikat yang menciptakan peluang pekerjaan ini dipanggil '*gazelles*' dan mereka merupakan perusahaan milik seorang usahawan. Kajian ini mengukuhkan pandangan umum bahawa bidang keusahawanan memberikan peluang pekerjaan kepada orang lain (McDermott, 1987; Low dan MacMillan, 1988). Menyedari hakikat ini, Malaysia menggalakkan penduduknya yang mempunyai potensi supaya menceburi bidang keusahawanan.

Di Malaysia, bidang keusahawanan bukan lagi menjadi suatu bidang yang asing bagi masyarakatnya. Menurut laporan prestasi bulanan aktiviti perniagaan yang didaftarkan di pejabat pendaftaran perniagaan bagi tahun 2001, daripada sebelas jenis usahaniaga, perniagaan makanan dan minuman mencatatkan statistik tertinggi bagi sepanjang tahun. Selain makanan dan minuman, aktiviti perniagaan yang banyak diceburi ialah peruncitan, pembinaan dan tekstil dan pakaian (Malaysia, 2001).

Bilangan individu yang menyertai bidang keusahawanan juga semakin meningkat. Mengikut laporan statistik yang dikeluarkan oleh Kementerian Pembangunan Usahawan dan Koperasi (MECD), sepanjang tempoh tahun 1995 hingga tahun 2000 bilangan usahawan meningkat pada kadar 75.79 peratus. Peningkatan ini disebabkan pelbagai faktor dan yang utamanya ialah kewujudan pelbagai bentuk sokongan dan bantuan yang diberikan oleh kerajaan melalui MECD. Jenis-jenis usahawan yang telah dibangunkan ialah usahawan tulen, vendor, pemasaran perabot, mentor dan francais (Zafir dan Fazilah, 2003).

Selain itu, pelbagai usaha murni telah dirancang oleh kerajaan agar rakyat berminat untuk menceburi bidang keusahawaan. Penerapan ilmu keusahawaan dilakukan sejak dari peringkat bangku sekolah bagi mencungkil bakat dan mengasah minat mereka.

Contohnya, program pembangunan keusahawanan yang sedang dijalankan oleh negeri Johor adalah bertujuan untuk mengubah minda pelajar daripada hanya bergantung kepada makan gaji apabila tamat pengajian tinggi kepada melibatkan diri dalam bidang usahawan. Ini adalah kerana, pihak kerajaan pada hari ini tidak mahu melihat generasi akan datang hanya bergantung semata-mata kepada bekerja makan gaji sama ada dengan kerajaan ataupun swasta.

Isu pengangguran dikalangan graduan bukan perkara baru dan menjadi masalah kepada Negara. Masalah pengangguran berlaku setiap kali universiti mengeluarkan beribu-ribu graduan setiap tahun. Kemahiran dan pengetahuan yang dimiliki oleh para graduan tidak dapat digunakan untuk menyumbang pembangunan Negara. Berdasarkan perangkaan Majlis Tindakan Ekonomi Negara menunjukkan sejumlah graduan menganggur mencecah sehingga 24,000 orang ketika ini (Rajmah, 2002). Oleh itu, penglibatan graduan dalam bidang keusahawanan dapat membendung dan mengurangkan masalah pengangguran tersebut. Malahan bidang ini menawarkan peluang pekerjaan kepada orang lain. Justeru itu, graduan perlu didedahkan dengan bidang ini sejak daripada peringkat awal lagi.

1.2 Penyataan Masalah

Tujuan utama kajian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang telah mendorong graduan UTM menceburi bidang keusahawanan. Secara umumnya, faktor pendorong tersebut samada daripada faktor dalaman individu dan persekitaran (Khaairuddin, 1996). Faktor dalaman individu seperti motivasi, sanggup menghadapi risiko, latar belakang keluarga yang sememangnya menceburi bidang keusahawanan dan lain-lain. Manakala faktor luaran boleh dilihat dari aspek persekitaran seperti saranan kerajaan, kemudahan pinjaman perniagaan dan lain-lain.

Abd Aziz (1984) dan Rodriguez (2000) mendapati terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi seseorang itu cenderung untuk menjadi usahawan iaitu atribusi psikologi seperti komitmen, sifat daya saing, penilaian dan keupayaan mengambil risiko, pengaruh persekitaran dan faktor-faktor lain seperti latar belakang keluarga, sosio-budaya, kemahiran mengurus dan menggunakan teknik pemasaran, kemudahan pinjaman, subsidi kerajaan dan hubungan rangkaian perniagaan.

Selain itu, menurut Zafir dan Fazilah (2003), seseorang individu itu memilih menjadi usahawan disebabkan beberapa faktor pendorong seperti keperluan asas hidup, faktor persekitaran, faktor demografi, dan persepsi masyarakat. Di samping itu, Md Mohar et al. (2001) juga mengenalpasti beberapa faktor yang mempengaruhi seseorang untuk menjadi usahawan iaitu faktor keluarga dan pertalian kekeluargaan, pendedahan awal kepada sifat-sifat keusahawanan, pencapaian akademik, motivasi, model peranan dan modal bagi memulakan perniagaan.

Manakala Edward (1991) pula mengenalpasti beberapa faktor utama yang telah mendorong seseorang individu menceburi bidang keusahawanan teknologi iaitu latar belakang keluarga, orientasi matlamat, personaliti dan motivasi. Aspek perkembangan pula termasuklah akademik dan umur serta faktor terakhir ialah pengalaman bekerja.

Melalui faktor-faktor pendorong yang telah dikenalpasti oleh pengkaji terdahulu, sebanyak empat aspek telah dipilih untuk kajian ini sebagai faktor yang telah mendorong graduan UTM menjadi usahawan. Empat aspek tersebut ialah aspek latar belakang diri, motivasi, sikap dan kemahiran keusahawanan yang dimiliki.

Melalui faktor-faktor yang telah dikenalpasti ini maka pelbagai strategi boleh dirancang oleh pihak yang telah dipertanggungjawab dalam pembangunan keusahawanan bagi menjalankan pelbagai program yang bersesuaian terhadap pelajar universiti. Ianya bagi menyahut dan merealisasikan hasrat kerajaan untuk melahirkan lebih ramai graduan yang menceburi bidang keusahawanan. Ini berikutan daripada faktor-faktor tersebut, pengkaji dapat mengenalpasti apakah faktor yang paling mempengaruhi usahawan semasa ingin menceburi bidang keusahawanan sehingga mereka berjaya? Adakah keempat-empat faktor tersebut sememangnya mempengaruhi mereka ataupun hanya sekadar di awal penglibatan mereka dalam bidang keusahawanan? Oleh itu, untuk menguji samada faktor-faktor penglibatan itu mempengaruhi kejayaan mereka sehingga kini maka pembolehubah pencapaian syarikat digunakan bagi membuktikannya.

Selain itu, ketiadaan pangkalan data yang lengkap menyukarkan pihak universiti untuk melibatkan para graduan lepasan UTM untuk menyertai program-program yang

dikendalikan oleh Unit Pembangunan Alumni (UPA) khasnya dan UTM amnya. Ini kerana, penglibatan graduan amat diperlukan dalam menjayakan sesuatu program pembangunan pelajar terutamanya di bidang keusahawanan. Sehubungan dengan itu, langkah awal yang perlu dilakukan ialah dengan mewujudkan permulaan bagi membangunkan pangkalan data demi kebaikan semua pihak.

1.3 Matlamat Kajian

Kajian yang dijalankan ini belum pernah dikaji oleh mana-mana pihak di UTM. Oleh itu, hasil kajian ini dapat dijadikan garis panduan kepada Institut Pengajian Tinggi (IPT) terutamanya UTM dalam mewujudkan budaya usahawan sekaligus melahirkan usahawan dikalangan graduannya. Justeru itu, pengkaji perlu mengenalpasti faktor-faktor yang telah mendorong graduan UTM menceburi bidang keusahawanan.

Di samping itu, kajian ini akan menghasilkan satu permulaan bagi mewujudkan satu pangkalan data merangkumi graduan UTM yang telah menjadi usahawan. Oleh itu, pihak UPA khasnya akan dapat menambah bilangan keahliannya dalam menjalankan aktiviti-aktiviti yang boleh memberikan kebaikan bersama.

1.4 Objektif Kajian

Objektif kajian ini ialah:

- i. Mendapatkan profil graduan yang telah menjadi usahawan.
- ii. Menenalpasti faktor-faktor yang telah mendorong graduan UTM menceburi bidang keusahawanan.
- iii. Menentukan pencapaian usahawan dengan jenis perniagaan yang diceburi dan jurusan yang diambil semasa di UTM.
- iv. Menenalpasti keperluan kemahiran dan pembangunan keusahawanan yang diperlukan oleh pelajar semasa di UTM.

1.5 Persoalan Kajian

Beberapa persoalan kajian telah dirangka untuk mencapai objektif bagi kajian ini:

- i. Apakah profil usahawan-usahawan graduan UTM?

- ii. Apakah faktor paling utama yang telah mendorong graduan dan Alumni UTM menjadi usahawan?
- iii. Adakah wujud hubungan di antara faktor pendorong dengan kejayaan usahawan dalam perniagaan mereka?
- iv. Apakah pencapaian usahawan dengan jenis perniagaan yang diceburi dan jurusan yang diambil semasa di UTM?
- v. Apakah terdapat perbezaan di antara faktor pendorong dengan demografi dan profil syarikat usahawan?
- vi. Adakah keperluan kemahiran dan bentuk program pembangunan keusahawanan diperlukan oleh pelajar UTM?

1.6 Hipotesis Kajian

Hipotesis adalah suatu pernyataan yang cuba diuji kebenarannya menerusi sesuatu kajian bagi megesahkannya (Kamarudin dan Roslim, 1990). Melalui keputusan kajian yang diperolehi maka hipotesis itu akan diketahui ketepatannya dan keputusan akan dibuat samada diterima ataupun ditolak. Kajian ini melibatkan pembacaan kajian-kajian lepas dan pemerhatian sebagai sumber pembentukan hipotesis kajian.

- i. **Hipotesis 1:** Faktor latar belakang merupakan faktor pendorong graduan UTM menceburi bidang keusahawanan.

Faktor latar belakang usahawan merupakan faktor yang telah mendorong seseorang itu menceburi bidang keusahawanan (Bowles dan Gintis, 1976; Hisrich, 1986; Chan 1995; Bygrave, 1997; Zafir dan Fazilah, 2003). Faktor latar belakang boleh dibahagikan kepada dua iaitu latar belakang keluarga (Schumpeter, 1962; Bygrave, 1997) dan latar belakang akademik (Bowles dan Gintis, 1976; Gomolka, 1977; Karr, 1985; Charles Banfe, 1991; Scott dan Twomey, 1998).

- ii. **Hipotesis 2:** Motivasi yang tinggi menyebabkan graduan UTM berminat untuk menceburi bidang keusahawanan.

Memiliki motivasi yang tinggi dalam diri membolehkan sesiapa sahaja berjaya melepasi segala rintangan dihadapannya. Begitu juga yang berlaku dalam dunia keusahawanan. Faktor motivasi menyebabkan seseorang itu ingin menjadi usahawan (Yep Putih, 1985; Johnson, 1990; Charles Banfe, 1991; Shaver dan Scott, 1991; Jacobson, 1993; Wells, 1994; Khaairuddin Khalil, 1996; Zaidatol Akmaliah dan Habibah, 1997; Ab. Aziz, 2003).

- iii. **Hipotesis 3:** Sikap positif yang terdapat dalam diri graduan UTM telah mendorong mereka menceburi bidang keusahawanan.

Sikap positif yang terdapat dalam diri seseorang usahawan telah membezakannya dengan orang lain. Terdapat pelbagai sikap yang telah dibincangkan dan mempengaruhi seseorang itu untuk menjadi seorang usahawan (Radzali, 1991 dan MEDEC, 1992). Sikap yang paling utama yang telah mendorong mereka ialah sikap positif terhadap risiko (Schere, 1982; Sexton dan Browman, 1985; Broukhaus, 1987; Low dan MacMillan, 1988; Herbert dan Link, 1988; Chell et al., 1991; Shaver dan Scott, 1991; Hisrich dan Peters 1995; Zafir dan Fazilah, 2003).

- iv. **Hipotesis 4:** Kemahiran keusahawanan yang dimiliki dan diperolehi telah mendorong mereka menceburi bidang keusahawanan.

Kemahiran yang dimiliki oleh usahawan juga merupakan faktor yang telah mendorong mereka menjadi seorang usahawan. Kemahiran dan pengetahuan yang diperolehi menjadikan kelebihan kepada mereka untuk menceburi bidang keusahawanan. Kemahiran ini dapat diperolehi samada secara formal di kelas ataupun tidak formal melalui program keusahawanan yang telah disertai dan semasa bekerja di syarikat sebelumnya (Yep Putih, 1985; Scott dan Twowey 1988, Sexton dan Bowman 1988; Brown 1990; Fleming, 1992; Mohamed, 1996; Chen, 1998).

1.7 Skop Kajian

Kajian ini hanya melibatkan graduan lepasan UTM yang sedang atau pernah menjadi usahawan dan mempunyai perniagaannya sendiri selepas tamat pengajian.

1.8 Batasan Kajian

Batasan yang perlu dihadapi bagi kajian ini ialah:

- i) Kajian ini hanya dijalankan di kalangan graduan UTM yang dapat dikenalpasti melalui rangkaian antara seorang graduan dengan graduan yang lain. Ini bermaksud apabila bertemu dengan seseorang graduan, pengkaji akan bertanya kepada mereka samada mempunyai rakan lain yang menceburi bidang keusahawanan ataupun tidak.
- ii) Dapatan kajian ini mungkin tidak mewakili keseluruhan graduan yang telah menjadi usahawan memandangkan hanya graduan yang dikenalpasti sahaja dijadikan responden bagi kajian ini.
- iii) Maklumat yang diperolehi dalam kajian ini akan dipengaruhi oleh kejujuran responden semasa menjawab soalan soal-selidik.

1.9 Kepentingan Kajian

Kepentingan kajian ini ialah:

- i) Kajian ini menjadi panduan kepada pihak universiti untuk mengenalpasti faktor yang telah mendorong seseorang itu menjadi usahawan.
- ii) Perancangan berkaitan dengan latihan yang perlu diberikan kepada pelajar dapat dijalankan dengan lebih terancang dan terperinci.
- iii) Sebagai rujukan kepada pihak universiti terutamanya Unit Pembangunan Alumni (UPA), Unit Pembangunan Keusahawanan (UPK) untuk mendapatkan profil lengkap graduan lepasan UTM yang telah menjadi usahawan.

- iv) Dapat melahirkan rangkaian hubungan perniagaan di antara para graduan. Oleh itu, mereka dapat berhubung di antara satu sama lain dan bekerjasama serta bertukar-tukar idea dan pendapat berkaitan dengan perniagaan dan hal-hal lain.
- v) Kajian ini dapat menjadi rujukan dan panduan kepada para graduan yang lain untuk mengikuti jejak langkah graduan yang telah berjaya dalam bidang keusahawanan.

1.10 Definisi Konsep Dan Operasi

1.10.1 Usahawan

Dalam kajian ini usahawan yang diambil sebagai responden, didefinisikan sebagai seorang usahawan yang berdaftar dan merupakan graduan lulusan Universiti Teknologi Malaysia. Selain itu, individu tersebut tidak semestinya pengasas kepada perniagaan sedia ada dan perniagaan tersebut juga boleh diwarisi atau diambil-alih dengan modalnya sendiri. Individu tersebut juga mestilah mempunyai sekurang-kurangnya seorang pekerja samada pekerja upahan ataupun ahli keluarga sendiri kerana usahawan bukan sahaja bercita-cita memperolehi keuntungan tetapi juga menyumbang kepada masyarakat dan negara dengan menawarkan peluang pekerjaan dalam pasaran.

1.10.2 Keusahawanan

Keusahawanan adalah suatu bidang yang berkebolehan, berkeupayaan, berkemampuan dan berkecenderungan untuk mengendalikan aktiviti perniagaan yang menguntungkan melalui usaha memenuhi keperluan masyarakat (Yep Putih, 1985 dan Khaairudin, 1996). Menurut Robert (1985); Stevenson dan Jarillo (1985); Bygrave (1989) pula, keusahawanan ialah suatu proses mencipta ataupun mengeluarkan sesuatu produk yang berlainan.

Dalam kajian ini, bidang keusahawanan didefinisikan sebagai suatu bidang kerjaya di mana usahawan mengendalikan urusan perniagaan untuk memperolehi keuntungan dan kejayaan di dunia keusahawanan.

1.10.3 Graduan UTM

Seseorang pelajar yang telah berjaya menamatkan pengajian di UTM dengan mendapat penganugerahan seperti sijil, diploma dan ijazah oleh pihak universiti. (Universiti Teknologi Malaysia, 2003)

1.10.4 Alumni UTM

Satu persatuan yang dianggotai oleh graduan yang telah tamat pengajian di universiti dan menjalankan pelbagai aktiviti untuk kebaikan semua pihak (Universiti Teknologi Malaysia, 2003).

1.11 Ringkasan

Secara keseluruhannya, bab ini telah membincangkan latar belakang kajian, pernyataan masalah, matlamat, objektif, kepentingan, skop dan batasan kajian yang perlu ditekankan dalam menjalankan kajian ini. Seterusnya, bab dua akan menerangkan kajian literatur dan model kajian untuk kajian ini.

BAB 2: KAJIAN LITERATUR

2.1 Pengenalan

Bab satu telah menerangkan pendahuluan yang merangkumi matlamat, objektif dan kepentingan kajian ini dijalankan. Selain itu, bab satu turut menerangkan definisi konsep dan operasi yang digunakan dalam kajian ini.

Untuk pemahaman lanjut, bab dua akan membincangkan pendekatan dan dapatan yang diperolehi daripada kajian terdahulu samada dari dalam dan luar negara yang berkaitan dengan kajian yang sedang dijalankan ini. Kerangka teori bagi kajian ini juga akan dipersembahkan di penghujung bab ini.

Perbincangan dan tujuan kajian literatur adalah untuk melihat secara dekat mengenai objektif dan penilaian secara kritikal kajian-kajian terdahulu yang mempunyai kaitan dengan kecenderungan seseorang itu untuk menjadi seorang usahawan samada ianya lebih dipengaruhi oleh dalaman diri, persekitaran ataupun faktor-faktor lain.

Usahawan dan keusahawanan sentiasa berada di dua persimpangan yang saling bercanggah iaitu di antara persepsi dan realiti (Ab. Aziz, 2003). Ramai sedia maklum bahawa usahawan dan keusahawanan kerap kali dibayangi oleh kejayaan, kemewahan, dan kegemilangan tetapi pada masa yang sama mereka terpaksa menempuh pelbagai halangan, kesukaran dan cabaran. Mereka mempunyai dua tanggungjawab yang perlu dipikul dalam satu masa iaitu untuk kepentingan dirinya dan juga orang lain.

Ronstadt (1985) percaya bahawa kebanyakan manusia termasuk seorang usahawan tidak pernah terfikir untuk menjadikan keusahawanan sebagai kerjaya mereka. Hanya sebilangan kecil daripada usahawan yang akan mengetahuinya apabila mereka memasuki kolej dan menjadikan keusahawanan sebagai matlamat utama kehidupannya. Manakala hanya segelintir sahaja di kalangan mereka yang memulakan perniagaan sebaik sahaja tamat pengajian. Selain itu, sekumpulan minoriti yang lain akan menunggu untuk memulakan perniagaan sendiri dengan

memilih untuk bekerja dengan orang lain dalam bidang atau industri ini bertujuan untuk mempersiapkan diri mereka menghadapi masa hadapan. Manakala majoriti yang menjadi usahawan terlebih dahulu akan bekerja dengan seseorang tanpa penglibatan dalam bidang keusahawanan. Oleh itu, Ronstadt melihat bahawa bidang keusahawanan merupakan satu prospek kerjaya yang sangat sesuai untuk dipilih oleh seseorang pelajar yang akan tamat pengajian.

2.2 Siapakah Usahawan ?

Dalam konteks yang berlainan, definisi bagi istilah usahawan adalah berbeza-beza. Bagi ahli ekonomi, usahawan merupakan seseorang yang membawa sumber, pekerja, bahan, dan aset-aset yang lain kepada kombinasi yang memberi mereka nilai yang lebih tinggi di samping memperkenalkan perubahan, inovasi dan arahan baru. Bagi ahli psikologi pula, usahawan merupakan orang yang biasanya dipandukan oleh tenaga tertentu untuk mencapai dan mendapat sesuatu, menguji, menyempurnakan atau mengelakkan diri daripada kuasa orang lain (Md Mohar et al., 2001).

Menurut Kamus Dwibahasa Oxford Fajar (1992), istilah usahawan dalam bahasa Inggeris ialah 'Entrepreneur' yang bermaksud orang yang mengurus dan menyusun suatu perancangan komersial terutamanya melibatkan risiko. Hisrich dan Peters (1995) menerangkan perkataan 'Entrepreneur' pula berasal daripada perkataan Perancis iaitu *entreprendre* yang bermaksud memikul tugas, tanggungjawab atau mencuba (Zafir dan Fazilah, 2003).

Seterusnya, definisi yang hampir sama daripada Thomas dan Norman (1994) dan Halloran (1994) pula mendefinisikan usahawan sebagai individu yang mencipta perniagaan baru di mana ianya merupakan satu risiko ketidakpastian bagi tujuan mendapatkan keuntungan dan perkembangan. Ini dilaksanakan dengan mengenalpasti peluang dan mengumpulkan sumber-sumber yang diperlukan untuk memulakan perniagaan mereka. Definisi ini hampir sama dengan definisi yang diberikan oleh Khaairuddin (1996) dan Greenberg dan Baron (2000) bahawa usahawan adalah peneraju kepada sesebuah perniagaan baru. Usahawan bertanggungjawab dalam memajukan perniagaan yang dimulakannya, menggabungkan modal, sumber-sumber fizikal dan tenaga buruh dengan cara yang baru dan inovatif selari dengan peredaran masa.

Nor Aishah (2002) pula mendefinisikan usahawan sebagai seseorang yang berusaha untuk menghasilkan sesuatu yang baru, berbeza dan bernilai yang diterima oleh masyarakat dengan menggunakan segala sumber yang sedia ada dan menanggung risiko kewangan, psikologi dan sosial untuk mendapatkan ganjaran dalam bentuk kewangan dan kepuasan diri.

Daripada definisi-definisi di atas dapatlah difahami bahawa setiap individu mempunyai peluang untuk menjadi usahawan. Aspek yang membezakan di antara usahawan dengan bukan usahawan ialah kesediaan mereka untuk mengadunkan kreativiti, inovasi dan pengambilan risiko dengan kesungguhan bekerja bagi membentuk, membangun dan memaksimumkan potensi diri dengan memanfaatkan peluang yang diperolehi.

2.3 Takrif Keusahawanan

Secara umumnya, keusahawanan merupakan suatu istilah yang digunakan untuk menerangkan proses di mana manusia mengenalpasti peluang untuk memenuhi keperluan dan mengumpulkan segala sumber untuk mencapai matlamat tersebut (Kinzer, 1973). Walau bagaimanapun, Casson (1985) menegaskan bahawa konsep keusahawanan merupakan satu titik untuk menerangkan bahawa sumber yang melimpah-ruah itu bukannya mengawal kekayaan tetapi cara bagaimana sumber tersebut diuruskan adalah lebih penting dalam mengawal kekayaan.

Selain daripada itu, Ronstadt (1984) pula menekankan bahawa pengurusan sumber merupakan satu elemen yang penting dalam konsep keusahawanan. Menurut beliau, keusahawanan adalah satu proses penambahan kekayaan yang dinamik. Kekayaan tersebut dicipta oleh individu-individu dengan andaian bahawa terdapat risiko-risiko yang utama seperti ekuiti, masa, komitmen kerjaya, atau nilai produk dan perkhidmatan yang ditawarkan.

Menurut Robert (1985), Stevenson dan Jarillo (1985) dan Bygrave (1989), keusahawanan ialah suatu proses mencipta ataupun mengeluarkan sesuatu yang berlainan, mengalami masalah kewangan, gangguan psikologi dan risiko sosial serta menerima imbuhan kewangan dan mencapai kepuasan diri (Harwood, 1982; Zafir,

2003). Manakala Dollinger (1995) mendefinisikan keusahawanan sebagai pembentukan syarikat ekonomi yang inovatif bagi tujuan keuntungan atau perkembangan serta kesediaan untuk berhadapan dengan risiko dan ketidakpastian (Ab. Aziz, 2003). Ini menunjukkan bahawa bidang keusahawanan tidak dapat lari daripada risiko. Oleh itu, bidang ini memerlukan semangat yang tinggi untuk seseorang itu menghadapi risiko.

Menurut Low dan Micmillan (1988), Shaver dan Scott (1991), Gartner (1994); keusahawanan ialah proses penciptaan sesebuah organisasi. Manakala, Kuratko dan Hodgetts (1995) pula menghuraikan keusahawanan sebagai penciptaan usaha niaga baru yang melibatkan empat dimensi utama iaitu individu, organisasi, persekitaran dan proses yang dibantu oleh rangkaian kerjasama dalam kerajaan, pendidikan dan institusi (Zafir dan Fazilah, 2003). Kedua-dua pengkaji bersetuju bahawa keusahawanan merupakan penghasilan sesebuah organisasi yang datangnya daripada perancangan dan kerjasama pelbagai pihak.

Seterusnya, Yep Putih (1985) mengenalpasti keusahawanan merujuk kepada kebolehan, kemampuan dan kecenderungan usahawan untuk melakukan perkara berikut:

- i) mengenalpasti peluang perniagaan,
- ii) mengendalikan usaha perniagaan yang menguntungkan diri sendiri dan masyarakat,
- iii) memperoleh kejayaan melalui usaha-usaha yang dapat memenuhi keperluan masyarakat,
- iv) mendapat kekayaan dengan berusaha memenuhi keperluan masyarakat,
- v) menanggung risiko yang telah dijangka,
- vi) mentadbir dan menggunakan faktor-faktor pengeluaran bagi mewujudkan pembangunan ekonomi dan kebajikan sosial, dan
- vii) sentiasa berusaha dan bersedia untuk membuat pembaharuan yang dapat meningkatkan daya pengeluaran dari semasa ke semasa.

Timmon (1994) dalam Nor Aishah (2002) pula mendapati bahawa keusahawanan merupakan satu tindakan kemanusiaan yang kreatif dalam membina sesuatu yang

bernilai dan mengejar peluang-peluang tanpa menghiraukan kewujudan sumber atau sebaliknya. Ia memerlukan wawasan, keghairahan dan komitmen untuk memimpin orang lain untuk mencapai wawasan di samping menanggung risiko-risiko yang mungkin berlaku.

Menurut Ab. Aziz (2003) penyertaan dalam bidang keusahawanan merupakan suatu kepuasan pada diri seseorang individu. Usahawan hanya akan berpuas hati apabila mereka berjaya mencapai setiap keperluan diri yang diingini. Oleh itu, bagi mencapai kepuasan diri seseorang usahawan perlu bersedia menggunakan segala peluang, sumber dan potensi yang dimilikinya. Usahawan memerlukan kuasa bagi menggerakkan segala sumber untuk mencapai segala matlamat yang telah ditetapkan. Pada masa yang sama mereka perlu berusaha untuk mengelak diri daripada dipermainkan oleh pihak lain. Penyertaan dalam bidang keusahawanan dapat membebaskan individu daripada dibelenggu oleh kuasa-kuasa yang boleh menyekat kepada pertumbuhan idea yang kreatif.

Melalui definisi-definisi dan penjelasan yang telah dibincangkan di atas mendapati bahawa keusahawanan yang sesuai dengan konteks Malaysia mempunyai kaitan rapat dengan usaha-usaha pembentukan dan pembangunan yang sejajar dengan perubahan teknologi. Ini adalah bertujuan untuk mewujudkan kombinasi baru dalam melaksanakan aktiviti yang berkaitan dengannya.

2.4 Ciri-Ciri Usahawan

Seseorang individu yang berjaya dalam bidang keusahawanan ataupun ingin membina diri sebagai seorang usahawan yang berjaya perlu mempunyai ciri-ciri tertentu (Brockhaus, 1982; Brockhaus dan Horwitz, 1986). Ciri-ciri ini bukanlah sesuatu yang diwarisi semenjak seseorang itu dilahirkan tetapi ia dapat dipelajari dan dibangunkan. Antara ciri-ciri penting yang perlu ada pada diri seorang usahawan adalah sifat berdikari, yakin diri, mencari maklum balas, desakan supaya berjaya dan kerja secara berpasukan.

Selain itu sifat seperti berorientasikan peluang, boleh dipercayai dan jujur, kemampuan fizikal yang memuaskan dan tabah menghadapi kesamaran serta kegagalan. Manakala ciri-ciri yang paling kritikal yang perlu ada dalam diri setiap

usahawan ialah sanggup menghadapi risiko (Schere, 1982; Sexton dan Browman, 1985; Chell et al., 1991; Shaver dan Scott, 1991; Herbert dan Link, 1988; Low dan MacMillan, 1988; Bygrave, W.D. (1989); Hatten, T.S (1997); Lambing dan Kuehl, 2003; Zafir dan Fazilah, 2003).

Moorman dan Halloran (1993) pula meletakkan empat ciri penting usahawan iaitu, yakin apabila membuat keputusan, tekun dan tabah, kreatif dan mempunyai objektif yang jelas. Salah satu kajian terawal dalam bidang keusahawanan yang dijalankan oleh Collin et al. (1964) telah menunjukkan bahawa usahawan merupakan individu yang mempamerkan ciri-ciri berikut:

- i) berasa selesa dalam keadaan yang selalu berubah,
- ii) berasa tidak selesa dalam perkongsian perniagaan,
- iii) tidak menunjukkan prestasi yang baik apabila bekerja untuk pihak lain,
- iv) sanggup menerima kegagalan dan berupaya bangkit selepas kegagalan,
- v) mengalami kesukaran dalam hubungan dengan autoriti.

Ini menunjukkan bahawa, para pengkaji dahulu dan kini bersependapat terhadap ciri-ciri yang perlu ada pada diri usahawan. Walau bagaimanapun, Dyer (1992) mengenalpasti bahawa ciri-ciri dan sifat-sifat usahawan kurang memberi makna kerana tidak semua usahawan merupakan usahawan yang berjaya. Melalui temubual beliau terhadap 125 orang usahawan mendapati bahawa seseorang usahawan yang berjaya mempunyai ciri-ciri seperti berikut:

- i) sanggup mengambil risiko,
- ii) berkebolehan mencari peluang,
- iii) berorientasikan matlamat,
- iv) keinginan untuk bersaing dalam pasaran,
- v) berkeupayaan untuk mengendalikan risiko,
- vi) berkebolehan menyelesaikan masalah secara relatif,
- vii) kebolehan mencari keseronokan dalam kerjayanya,
- viii) memberi komitmen dalam perniagaannya.

Menurut O Connor (1999) pula, faktor-faktor yang menentukan kejayaan usahawan ialah dia mempunyai tahap kekuatan yang tinggi dan berkebolehan dalam mendapatkan pulangan yang baik, mempunyai objektif yang kuat, memberi tumpuan kepada pelanggan dan keperluan mereka, rendah diri terhadap pencapaiannya, sanggup memperbaiki kesilapan diri, cepat merebut peluang yang ada, cepat bosan dengan kerja yang berulang, tidak sabar untuk membangunkan perniagaan, berkebolehan untuk memberi arahan dengan cepat dan percaya bahawa pengalaman lebih baik daripada latihan. Hasil daripada gabungan faktor-faktor tersebut yang menjadikan seseorang usahawan itu berjaya dalam perniagaan mereka.

McClelland (1961) dalam kajiannya telah mendapati usahawan yang berjaya mempunyai sifat-sifat yang hampir sama dengan individu yang bermotivasi tinggi. Sifat-sifat ini ialah berani mengambil risiko yang sederhana, bertenaga dan tidak mengenal erti penat lelah, tidak mudah mengaku kalah, bertanggungjawab terhadap keputusan sendiri, ingin tahu hasil sesuatu tindakan yang dibuat, mempunyai tujuan jangka panjang dan berkebolehan mengurus.

Seterusnya, menurut Nobuhiro Kurose (1994), ciri-ciri usahawan yang berjaya ialah mereka yang berasal dari keluarga usahawan, berkebolehan, mempunyai kemahiran mengurus yang baik, berkebolehan dalam menginovasi teknologi dan mempunyai modal yang cukup. Di samping itu, menurut beliau usahawan yang berjaya adalah graduan baru kerana mereka mempunyai asas pemikiran yang sistematik, cuba mencari atau meneroka peluang yang baru dengan mencipta inovasi teknologi dan mempunyai idealisma yang tinggi iaitu inginkan impiannya menjadi kenyataan.

Sementara Barjoyai Bardai (2000) menetapkan sembilan ciri seorang usahawan yang berjaya, iaitu usahawan perlu menitikberatkan dan mementingkan kejayaan daripada keseronokan, mempelajari sesuatu yang baru setiap hari, mengelak atau membebaskan diri daripada kerja-kerja yang mudah, memberi tumpuan kepada keuntungan dan pasaran, sentiasa mempamerkan dan membuat promosi untuk barang-barang keluarannya, membuat keputusan dengan secepat mungkin, sentiasa mencari kemahiran dan teknik baru, cuba mendapatkan kerjasama daripada kakitangan dan rakan-rakannya dan sentiasa mementingkan hati orang lain terutama pelanggannya.

Manakala Clark (1998) pula menggariskan enam rahsia usahawan yang berjaya iaitu percaya pada diri sendiri, berfikiran luas, boleh menyesuaikan diri dengan keadaan semasa, jangan cepat berputus asa, bertanggungjawab untuk mendapatkan gantirugi atau perolehan atas apa yang diusahakan dan belajar daripada kesilapan yang dilakukan. Pada tahun yang sama juga, satu kajian telah dijalankan oleh Pui-Tak Lee (1998) ke atas K.P. Chen yang merupakan seorang usahawan Republik China yang terkenal mendapati bahawa rahsia di sebalik kejayaan K.P. Chen ialah pembelajarannya di Amerika, tahap keprofesionalannya, kebolehan bekerjasama dengan firma asing, keinginan untuk menginovasi dan menjelajah pelbagai strategi perniagaan, kemahiran dalam komuniti dan galakan profesional dan penglibatannya dalam persatuan bank-bank di China. Kejayaan ini memerlukan penguasaan teknologi yang tinggi supaya dapat bersaing dengan firma luar.

Pada asasnya, ciri-ciri yang perlu dimiliki oleh usahawan adalah sama tidak mengira bidang yang diceburi. Ciri-ciri yang telah dibincangkan merupakan ciri-ciri terpenting yang perlu dimiliki dalam diri seseorang yang bergelar usahawan. Kebanyakan pengkaji bersependapat dalam menggariskan ciri-ciri yang perlu ada dalam diri seorang usahawan.

2.5 Faktor-Faktor Yang Mendorong Usahawan Menceburi Bidang Keusahawanan

Usahawan sudah tentu mempunyai pelbagai visi dan misi apabila menjalankan sesuatu aktiviti keusahawanan. Menjadi usahawan yang berjaya bukanlah suatu perkara yang mudah tetapi bukan juga sesuatu yang tidak mungkin boleh dicapai. Oleh itu, ianya memerlukan suatu pengorbanan dan penggabungan pelbagai kekuatan yang dimiliki dalam usaha untuk memenuhi tujuan penyertaan mereka dalam dunia keusahawanan (Ab. Aziz, 2003).

Terdapat pengkaji yang telah menjalankan penyelidikan terhadap hubungan di antara seseorang individu dengan faktor persekitaran (Dubini 1988, Greenberger dan Sexton 1988; Herron dan Sapienza 1992; Learned 1992 dan Naffzinger et al., 1994). Ini kerana faktor persekitaran juga merupakan salah satu faktor yang mendorong seseorang itu untuk menjadi seorang usahawan. Oleh kerana persekitaran amat

meluas maksudnya maka secara langsung ianya telah memberi kesan terhadap seseorang dalam membuat sebarang keputusan.

Jonas (2000) dalam kajiannya telah melihat hubungan di antara faktor pendorong dengan peningkatan prestasi usahawan dari segi bilangan pekerja, jualan dan prestasi keuntungan syarikat. Kajian ini dilakukan bagi melihat kewujudan hubungan antara kepentingan motivasi semasa memulakan perniagaan dengan prestasi firma selepas tiga tahun perniagaan ditubuhkan. Kajian yang dilakukan oleh Jonas ini hampir sama dengan kajian yang sedang dilakukan oleh pengkaji. Jonas melihat faktor pendorong dari aspek yang berlainan dan menjalankan kajian selama tiga tahun untuk melihat perkembangan perniagaan respondennya. Manakala kajian ini melihat hubungan empat faktor pendorong yang telah dipilih dengan pencapaian sepanjang syarikat beroperasi.

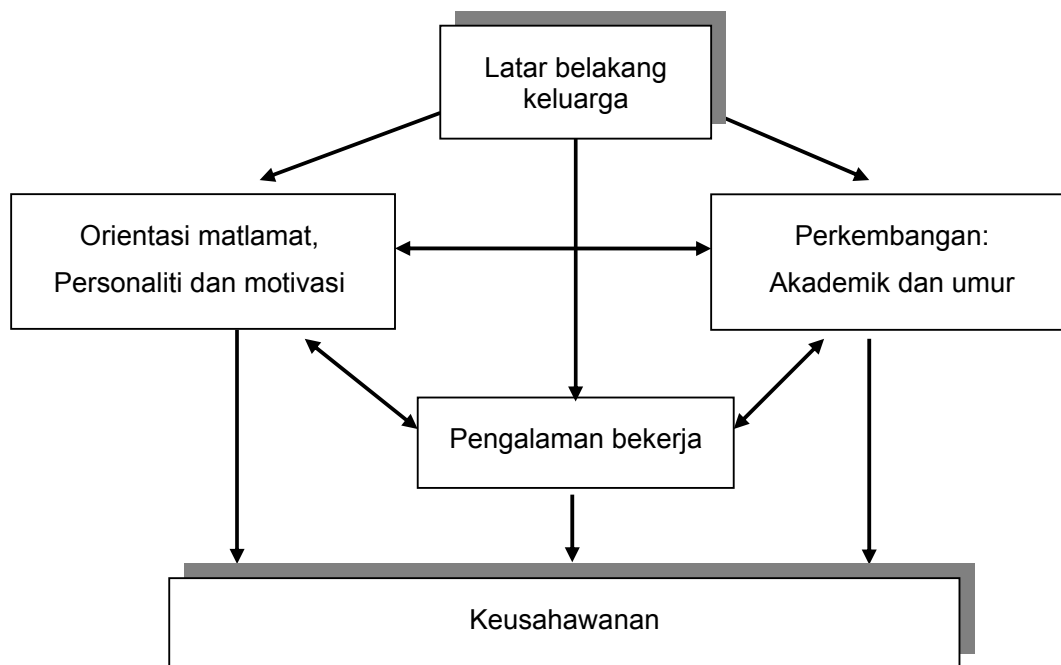
Selain itu, banyak kajian lepas yang membincangkan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kejayaan usahawan. Pandangan Abdul Khalid Ibrahim (1992) menyatakan seorang usahawan yang berjaya adalah yang mempunyai pendidikan yang lebih baik, berasal daripada keluarga yang mempunyai pengalaman menjalankan perniagaan, memiliki beberapa perniagaan (melalui pengalaman), inginkan pencapaian yang tinggi, lokus dalaman untuk mengawal dan mampu mengambil risiko yang sederhana. Di samping itu, perancangan bagi perniagaannya adalah realistik dan dia bersungguh-sungguh dalam menjalankan perniagaan. Faktor-faktor ini juga hampir sama dengan pendapat Scheinberg dan MacMillan (1988) yang menyatakan bahawa seseorang itu ingin menjadi usahawan disebabkan oleh faktor-faktor motivasi seperti keinginan untuk merealisasikan idea sendiri, tidak mahu menjadi pekerja, mendapatkan wang dan tidak bergantung pada orang lain.

Sementara itu, Cooper (1986) pula mendapati terdapat beberapa faktor yang telah mendorong seseorang itu untuk menjadi usahawan termasuklah aspek latar belakang individu tersebut (seperti keluarga, bangsa, pendidikan, pengalaman bekerja), motivasi dan aspek psikologi individu serta faktor persekitaran.

Walaupun pelbagai kajian telah dilakukan untuk mengetahui ciri-ciri usahawan, namun kajian yang berlatar belakangkan usahawan teknologi (teknikal) masih sedikit bilangannya (Hisrich, 1990; Sexton dan Smilor, 1986).

Edward (1991) telah membangunkan model usahawan teknikal hasil daripada kajian yang telah dilakukannya. Faktor pertama yang mempengaruhi individu untuk menjadi usahawan teknologi ialah latar belakang keluarga. Seterusnya ialah aspek orientasi matlamat, personaliti dan motivasi. Sementara itu, aspek perkembangan akademik dan umur juga menjadi salah satu faktor di samping pengalaman-pengalaman yang diperolehi semasa bekerja di syarikat terdahulu. Model pembangunan usahawan dapat dilihat melalui rajah 2.1.

Memandangkan Edward menekankan kepada usahawan yang berlatar teknikal maka pengkaji telah memilih empat faktor utama yang telah mendorong graduan UTM menceburi bidang keusahawanan. Faktor-faktor tersebut ialah faktor latar belakang usahawan, faktor sikap, faktor motivasi dan faktor kemahiran.



Rajah 2.1: Model Pembangunan Usahawan - Sumber: *Edward (1991)*.

2.5.1 Faktor Latar Belakang Usahawan

Latar belakang didefinisikan sebagai pengalaman (pendidikan, alam sekitar dan lain-lain) seseorang, biasanya yang ada hubungannya atau pengaruhnya ke atas keadaan dirinya pada sesuatu masa (Kamus Dewan Bahasa Edisi Ketiga, 1996). Oleh itu, pemberian definisi latar belakang dalam kajian ini adalah latar belakang keluarga dan latar belakang akademik terhadap pembinaan nilai pada diri seseorang.

Faktor latar belakang usahawan menjadi antara faktor yang terpenting dalam mendorong seseorang itu menceburi bidang keusahawanan (Bowles dan Gintis, 1976; Hisrich, 1986; Chan 1995; Bygrave, 1997; Zafir dan Fazilah, 2003). Latar belakang ini dilihat daripada dua aspek iaitu faktor latar belakang keluarga dan faktor latar belakang akademik.

Wanita dikatakan sukar menjadi seorang usahawan yang berjaya kerana mereka mempunyai suatu kebimbangan iaitu berlaku konflik di antara peranan sebagai ibu dan isteri di rumah dengan peranan mereka sebagai usahawan. Selain itu, keadaan ini disokong oleh kewujudan diskriminasi oleh agensi sokongan dan bank-bank serta kedudukan wanita sebagai kelas kedua yang banyak diakui oleh masyarakat dunia (Zafir dan Fazilah, 2003).

2.5.1.1 Faktor Latar Belakang Keluarga

Tanggungjawab terhadap keluarga merupakan satu faktor sosiologi yang kritikal dalam mempengaruhi usahawanan terutama dalam pembuatan keputusan untuk memulakan sesuatu perniagaan baru. Pembuatan keputusan untuk memulakan perniagaan adalah lebih mudah apabila seseorang itu bujang, berumur 25 tahun, tidak memiliki aset perseorangan dan tidak bergantung terhadap orang lain. Sebaliknya, keputusan memulakan perniagaan adalah lebih sukar bagi seseorang yang sudah berkahwin, berumur 45 tahun, mempunyai anak muda yang bersedia untuk memasuki kolej, diikat dengan cagaran tertentu, bayaran kereta dan mempunyai pekerjaan yang stabil dan upahnya yang tinggi (Bygrave, 1997).

Seterusnya, keupayaan keusahawanan tidak akan berkembang dengan sendirinya, tetapi ia lebih dipengaruhi oleh penyesuaian dengan faktor yang lain seperti penggabungan keluarga (Schumpeter, 1962). Keluarga dilihat sebagai faktor yang penting untuk mempengaruhi penyambungan perniagaan di mana perniagaan keluarga diserahkan kepada generasi muda dalam sesebuah keluarga. Biasanya, waris keturunan akan dibimbing oleh keluarga atau ahli dari generasi tua. Dengan keadaan sebegini, kebarangkalian adalah tinggi bagi ahli keluarga yang lain untuk mewujudkan gabungan perniagaan, pembukaan cawangan tambahan untuk ibu pejabat dan lain-lain lagi.

Selain itu, persekitaran keluarga di zaman kanak-kanak juga mempengaruhi bidang keusahawanan. Faktor-faktor yang dimaksudkan di sini adalah susunan kelahiran (*birth order*), pekerjaan bapa dan hubungan dengan ibu bapa. Daripada segi susunan kelahiran, anak sulung dalam keluarga biasanya diberikan perhatian yang lebih. Dengan demikian, melalui perhatian yang lebih di zaman kanak-kanak, individu menjadi lebih yakin terhadap dirinya sendiri. Walau bagaimanapun, melalui kajian yang telah dijalankan oleh Hisrich dan Brush (1986) ke atas usahawan lelaki dan perempuan mendapati bahawa faktor susunan kelahiran kurang memberikan kesan kepada keusahawanan.

2.5.1.2 Faktor Latar Belakang Akademik

Menurut Kamus Dewan Edisi Ketiga (1996), akademik bersifat atau mengandungi ilmu pengetahuan yang tinggi dan mendalam. Manakala Ya'akub Isa (1996) pula menjelaskan akademik sebagai sifat yang menggambarkan unsur autoriti yang berkaitan dengan pendidikan lebih kepada sifat teori dan logik.

Selain itu, menurut Omardin (1996), akademik merupakan segala jenis pengalaman dan pembelajaran yang berbentuk konsep, kemahiran dan lain-lain yang dirancang dan disediakan untuk pelajar di sekolah. Pembelajaran itu dialami dan dipelajari oleh pelajar dalam suasana formal yang ditentukan oleh pihak sekolah.

Menurut Nik Abdul Rashid (1983) pula, sistem pendidikan negara harus memberikan penekanan kepada pembelajaran berbentuk perniagaan. Beliau menyatakan bahawa pelajar-pelajar yang mempunyai kecerdasan yang tinggi dan menunjukkan bakat yang

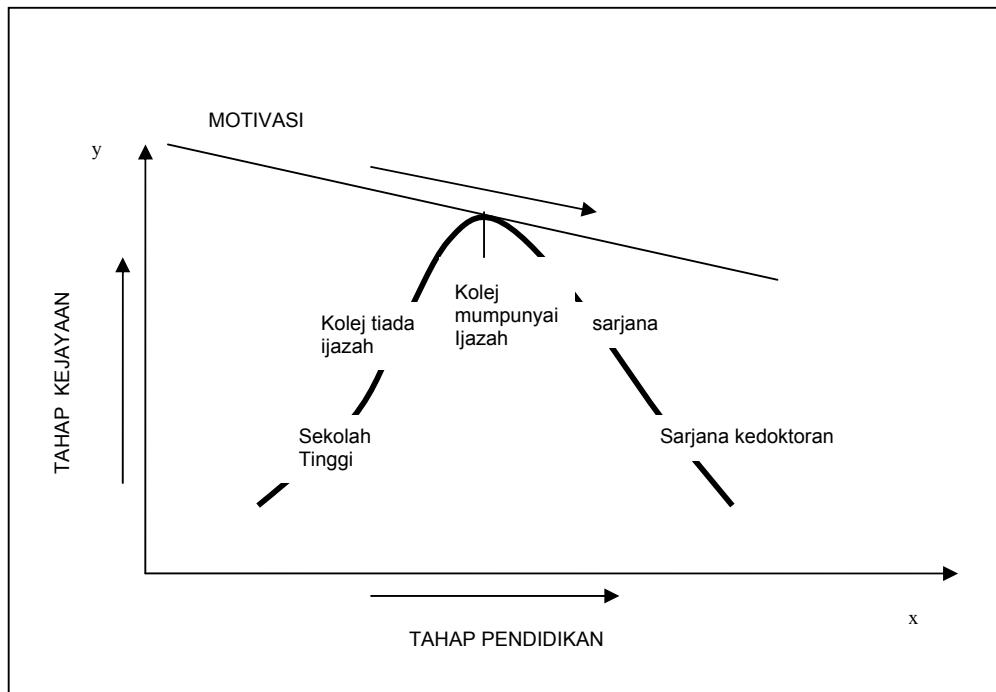
baik dalam matapelajaran perdagangan perlu diberikan galakan meneruskan pembelajaran ke dalam bidang ini. Ini bertujuan untuk melahirkan lebih ramai pelajar berupaya bergiat dalam bidang keusahawanan (Zolkifli Alib, 1988). Oleh itu, minat keusahawanan dapat dipupuk sejak peringkat sekolah lagi.

Menurut Bowles dan Gintis (1976), pendidikan asas dan menengah memberikan motivasi dan aspirasi untuk kerjaya masa depan dan pilihan pekerjaan seseorang. Walaubagaimanapun, dalam isu pencapaian dalam tingkat pendidikan oleh usahawan, terdapat perbezaan yang besar telah wujud di antara tingkat akademik yang dicapai oleh usahawan dalam keadaan ekonomi yang sedang membangun seperti Amerika Syarikat dan mereka yang berada dalam ekonomi negara yang kurang membangun seperti negara-negara dunia ketiga.

Tahun berikutnya, satu kajian telah dijalankan oleh Gomolka (1977) mendapati bahawa usahawan-usahawan memiliki kelayakan akademik yang tinggi. Kajian ini telah dilakukan terhadap 220 orang usahawan minoriti yang berasal dari *District of Columbia (DC)*, Amerika Syarikat. Keputusan kajian menunjukkan hubungan korelasi yang kuat antara pencapaian pendidikan dan pencapaian dalam perniagaan. Hal ini menunjukkan bahawa akademik menjadi faktor pendorong bagi individu menceburi bidang keusahawanan.

Menurut Karr (1985) pula, sebanyak 46 peratus daripada pelajar kolej memilih perniagaan sendiri sebagai jalan bijak untuk mendapatkan pekerjaan. Kajian yang telah dijalankan di Universiti Pittsburgh ke atas 1000 pelajar MBA daripada sekolah perniagaan yang terkenal mendapati seramai 44 peratus responden ingin menjadi seorang usahawan. Ini berlawanan dengan kajian yang dilakukan oleh Sandholtz (1990) yang menyatakan seramai 34 peratus graduan ingin menjadi pengurus korporat sebagai kerjaya mereka. Manakala Scott dan Twomey (1998), melalui data yang diperolehi daripada pelajar di Great Britain, mendapati seramai 25 peratus mempunyai idea perniagaan dan 41 peratus berhasrat untuk bekerja sendiri. Kajian-kajian ini menunjukkan bahawa graduan luar negara lebih berminat dan berhasrat untuk bekerja sendiri berbanding dengan mentaliti graduan di Malaysia yang masih berharap kepada makan gaji semata-mata.

Brown (1990) pula melaporkan di antara 2 hingga 2.5 peratus alumni dari Great Britain memulakan perniagaan sebaik sahaja mereka tamat pengajian. Manakala, kajian yang telah dijalankan oleh Charles Banfe (1991) mendapati lebih kurang 25 peratus daripada keseluruhan populasi usahawan yang berjaya di Amerika Syarikat, memiliki ijazah sarjana. Manakala lebih kurang 20 peratus mempunyai diploma sekolah tinggi dan sarjana kedoktoran pula kira-kira 10 peratus. Selain itu, usahawan-usahawan yang mencapai tahap pendidikan yang lebih rendah daripada diploma sekolah tinggi adalah lima peratus. Ini menunjukkan bahawa usahawan yang berjaya di dalam perniagaan memiliki tahap akademik yang tinggi. Rajah 2.2 menunjukkan hubungan di antara tahap kejayaan dengan tahap pendidikan.



Rajah 2.2: Hubungan Di Antara Tahap Kejayaan Dengan Tahap Pendidikan Bagi Usahawan-Usahawan Yang Berjaya Di Amerika Syarikat – *Sumber: Banfe (1991).*

Chan (1995) mendapati bahawa di Singapura, golongan yang berpendidikan tinggi kurang memulakannya perniagaannya sendiri. Hasil kajian menunjukkan bahawa pemegang “O level” lebih cenderung untuk memulakan perniagaannya sendiri berbanding dengan graduan daripada universiti. Keputusan daripada kajian menunjukkan bahawa hanya 8.6 peratus daripada sampel graduan yang dikaji merupakan usahawan. Ini disebabkan graduan dari universiti akan mendapat bayaran upah yang lebih tinggi jika mereka mencapai prestasi yang baik. Manakala, individu

yang berpendidikan rendah terpaksa memasuki ke dalam bidang perniagaan kerana upah mereka adalah lebih rendah. Bermula daripada bekerja dengan peniaga, individu ini akhirnya berminat dan seterusnya membuka perniagaannya sendiri.

Daripada Rajah 2.2 dapat dikenalpasti bahawa tahap kejayaan bagi seseorang usahawan mempunyai hubungan dengan tahap pendidikan mereka. Usahawan lepasan kolej yang mempunyai ijazah merupakan golongan yang tertinggi berjaya sebagai seorang usahawan. Semakin tinggi tahap pendidikan seseorang usahawan, maka motivasi mereka untuk menjadi usahawan adalah semakin rendah. Ini kerana kebiasaannya, mereka yang mengambil sarjana kedoktoran lebih tertumpu secara mendalam terhadap bidang penyelidikan dan pendidikan.

Pada dasarnya, universiti dan kolej tidak mempersiapkan diri pelajar untuk bekerja sendiri sebagai pilihan kerjaya mengakibatkan banyak potensi usahawan yang hilang. Oleh itu, untuk mengelakkan masalah ini daripada berulang, banyak kolej dan universiti yang menawarkan subjek dan kursus yang berkaitan dengan keusahawanan dan perniagaan kecil. Dengan mengambil tindakan dan meningkatkan kesedaran ke atas cara bagaimana perniagaan kecil beroperasi, maka bilangan pelajar yang memilih untuk bekerja sendiri sebagai kerjaya mereka semakin meningkat.

Daripada maklumat-maklumat yang telah dibincangkan maka faktor latar belakang usahawan juga merupakan antara faktor yang mendorong seseorang menceburi bidang keusahawanan. Kebiasaannya, individu yang berasal daripada keluarga yang mempunyai perniagaan akan lebih mempengaruhinya untuk menjadi seorang usahawan.

2.5.2 Faktor Motivasi

Faktor seterusnya yang mendorong seseorang itu untuk menjadi seorang usahawan adalah disebabkan oleh faktor motivasi yang terdapat dalam diri mereka (Johnson, 1990; Shaver dan Scott, 1991; Jacobson, 1993; Wells, 1994). Motivasi merupakan satu dorongan untuk melaksanakan atau mencapai sesuatu. Yep Putih (1985) menjelaskan bahawa motivasi keusahawanan merupakan dorongan atau desakan yang kuat pada seseorang untuk menjadi usahawan.

Hal ini juga dibuktikan oleh Johnson (1990) yang mendapati bahawa daripada keseluruhan 23 kajian yang dijalankan, sebanyak 20 kajian mempunyai hubungan yang positif di antara motivasi dan keusahawanan. Puratanya, usahawan menunjukkan tahap yang tinggi terhadap motivasi berbanding dengan orang lain.

Usahawan adalah insan yang unik dengan hidup berpegang kepada motivasi yang kuat dalam sanubarinya demi kecenderungannya ke arah kecemerlangan dalam kerjaya yang diceburi. Kamus Dewan Edisi Ketiga (1996) telah mendefinisikan motivasi sebagai keinginan yang keras pada diri seseorang yang mendorongnya untuk berusaha atau melakukan sesuatu dengan tujuan untuk mencapai kejayaan. Tanpa motivasi, seseorang itu tidak akan bersemangat atau berupaya untuk meneruskan perjuangan dalam bidang kerjaya yang diceburinya. Maka motivasi keusahawanan dapat disamakan sebagai dorongan atau desakan yang kuat untuk menjadi usahawan (Birley dan Westhead, 1994). Kenyataan ini telah menyokong Yep Putih (1985) yang terlebih dahulu telah membincangkan perkara tersebut.

Selain itu, Yep Putih turut menegaskan bahawa individu yang mempunyai motivasi keusahawanan yang tinggi enggan menjawat sebarang jawatan yang bergaji tetap walaupun mereka ditawarkan pendapatan yang lumayan. Mereka lebih rela bersusah payah menjalankan perniagaan sendiri daripada bekerja dengan orang lain. Bagi mereka, wang atau upah hanya merupakan faktor luaran yang membantu mereka mencapai cita-cita, manakala orang lain pula berkeinginan untuk menjadi orang yang penting dan dihormati. Seterusnya, beliau menyatakan bahawa motivasi pencapaian bermaksud keinginan seseorang itu untuk mencapai kejayaan hidup yang gemilang dari semasa ke semasa. Mereka yang didorong ke arah ini sentiasa berusaha untuk memajukan diri tanpa merasa puas atau cukup dengan apa yang mereka perolehi pada masa kini.

Kenyataan ini disokong oleh Khaairuddin Khalil (1996) yang menjelaskan motivasi sebagai faktor penting dalam menentukan tahap kecemerlangan seseorang. Motivasi yang wujud dalam diri seseorang, mampu membangkitkan semangat, mempengaruhi dan merangsang sikap seseorang agar bertindak selaras dengan cita-cita yang ada dalam pemikirannya. Tanpa motivasi, seseorang itu tidak akan berupaya untuk meneruskan perjuangan dalam apa jua bidang yang diceburi kerana motivasi memberi

tenaga terhadap tingkahlaku dan membolehkan individu membuat pilihan yang tepat dalam memilih matlamat tertentu (Zaidatol Akmaliah dan Habibah, 1997).

Faktor-faktor yang dikemukakan oleh Herzberg telah membantu pemahaman motivasi dengan lebih mendalam. Faktor pendorong yang telah dikemukakan adalah seperti berikut:-

- i) peluang untuk mencapai kejayaan
- ii) pengiktirafan
- iii) peluang untuk maju
- iv) sifat kerja itu sendiri
- v) peluang untuk memajukan diri
- vi) tanggungjawab

Seperti yang telah dibincangkan sebelum ini, usahawan lebih suka bertindak untuk menjalankan tugas yang bebas daripada kongkongan orang lain. Bagi mereka, kebebasan yang dimiliki membolehkan mereka menggunakan setiap inci potensi yang ada pada diri mereka tanpa menghadapi gangguan daripada pihak lain (Ab. Aziz, 2003). Ini menunjukkan bahawa usahawan lebih suka terhadap kebebasan diri dan tidak bergantung kepada orang lain.

Selain itu, status atau penghormatan diri merupakan elemen penting yang mempengaruhi kehidupan usahawan. Usahawan tidak akan dikatakan sebagai seorang yang berjaya sekiranya mereka tidak mampu mempertingkatkan status kehidupan seharian untuk diri sendiri, keluarga dan masyarakat sekeliling mereka (Charles Banfe, 1991 dan Ab. Aziz, 2003).

Charles Banfe (1991) mendapati sebanyak 80 peratus daripada pelajar-pelajar Harvand Business School bersetuju bahawa tujuan utama seseorang itu merancang untuk memulakan perniagaan sendiri adalah kerana keinginan mereka terhadap pemilikan kuasa. Pelajar-pelajar tersebut percaya bahawa mereka akan melakukan perkara yang amat berbeza jika mereka mempunyai kuasa. Oleh itu, keinginan untuk mempunyai kuasa merupakan salah satu faktor motivasi sebagai pendorong kepada mereka untuk menjadi usahawan seperti yang telah diperkatakan oleh Ab Aziz (2003).

Ganjaran dari segi wang dan pencapaian juga adalah dorongan kepada usahawan untuk memulakan perniagaan (Yep Putih, 1985). Charles Banfe (1991) menyatakan bahawa kebanyakan bukti menyokong bahawa 80 peratus daripada usahawan berasa ganjaran daripada segi pencapaian perniagaan adalah lebih utama daripada ganjaran wang atau keuntungan. Ini menunjukkan bagi usahawan, wang bukan merupakan faktor utama bagi diri mereka kerana seperti yang telah diterangkan sebelum ini bahawa bidang keusahawanan adalah suatu bidang yang mempunyai risiko yang tinggi serta tidak dapat dijangka perkara yang bakal berlaku kelak.

Robert dan Noelan (1994) mendapati bahawa golongan wanita memiliki pencapaian motivasi yang kurang berbanding lelaki dalam melihat sesuatu kegagalan kerana didorong oleh faktor pembuatan keputusan. Ini kerana apabila menilai sesuatu perkara, wanita akan melihat kepada kedua-dua kesan iaitu kesan positif dan negatif manakala golongan lelaki hanya melihat kepada kesan terhadap penilaian yang positif sahaja. Oleh itu, wanita kurang bermotivasi kerana takut untuk berdepan dengan masalah dalam dunia keusahawanan.

Daripada pengkaji-pengkaji lepas yang telah membincangkan mengenai faktor motivasi, jelas menunjukkan bahawa ianya boleh dikatakan sebagai salah satu faktor terpenting yang telah mendorong seseorang untuk menjadi usahawan.

2.5.3` Faktor Sikap

Sikap merupakan satu nilai yang abstrak dalam sanubari setiap orang sehingga dapat membentuk pandangan seseorang. Sikap usahawan dapat ditunjukkan melalui tingkah laku seseorang usahawan. Ianya memberi suatu arah matlamat yang jelas dan kecenderungan yang mendalam untuk usahawan bertindak terhadap stimulus atau unsur-unsur yang merangsangkan pendorongan keusahawanan. Menurut Nawawi, pendorongan sikap keusahawanan yang wujud dalam sanubari seseorang akan mewujudkan keinginan hasil daripada rangsangan-rangsangan yang berpunca daripada desakan dalaman atau luaran (MEDEC,1992).

Menurut Gasse (1982), sikap keusahawanan atau kecenderungan ke arah keusahawanan banyak dipengaruhi oleh nilai-nilai hidup seseorang yang ditakrifkan

sebagai konsepsi umum dan tersusun sehingga mempengaruhi perilaku semulajadi seseorang (MEDEC, 1992). Nilai-nilai hidup merupakan suatu set kepercayaan terhadap persekitaran seseorang sehingga mempengaruhi pemikiran seseorang terhadap suatu idea dan pandangannya terhadap orang lain.

Radzali (1991) menyatakan bahawa sikap-sikap keusahawanan telah mempengaruhi tindakan keusahawanan dan memainkan peranan penting di dalam apa jua tuntutan keusahawanan yang dilakukan oleh individu tersebut. Justeru itu, titik permulaan atau asal-usul sikap-sikap keusahawanan ini dapat dikesan di dalam sistem nilai kehidupan seseorang usahawan. Sikap-sikap tersebut adalah seperti di bawah:

- i) sikap berdikari
- ii) sikap kecekalan
- iii) sikap kreatif
- iv) sikap inovasi
- v) sikap suka akan cabaran
- vi) sikap berimpian dan cita-cita
- vii) sikap melihat dan merebut peluang
- viii) sikap yakin terhadap keupayaan diri
- ix) sikap bersemangat tinggi dan bertenaga
- x) sikap rajin dan mempunyai daya inisiatif

Sikap yang perlu ada pada diri usahawan adalah kecenderungan untuk menghadapi risiko (Shaver dan Schere, 1982; Sexton dan Browman, 1985; Broukhaus, 1987; Herbert dan Link, 1988; Low dan MacMillan, 1988; Chell et al., 1991; Scott, 1991; Hisrich dan Peters 1995; Zafir dan Fazilah, 2003), kehendak untuk pencapaian (Johnson, 1990) dan lokus kawalan (Bonnett dan Furnham 1991). Selain itu, seseorang individu ingin menjadi seorang usahawan mungkin didorong oleh faktor egoistik. Mereka mempunyai ego untuk mendapatkan sesuatu yang lebih baik daripada orang lain dan ingin menjadi seorang yang berkeyakinan (Charles Banfe, 1991).

Rajin ialah melakukan sesuatu pekerjaan tanpa disuruh atau diarah (Khaairuddin, 1996). Mempunyai daya inisiatif pula bermakna melakukan sesuatu yang lebih baik

daripada apa yang telah ditetapkan dalam sesuatu bidang pekerjaan. Gabungan kedua-dua sikap keusahawanan mampu memberi kekuatan pada setiap usaha yang digabungkan oleh usahawan.

Aspek jantina juga memberikan alasan terhadap seseorang untuk menceburi bidang keusahawanan. Lelaki mempunyai keyakinan diri yang lebih tinggi berbanding dengan golongan wanita kerana wanita biasanya dipengaruhi oleh faktor-faktor persekitaran seperti keadaan tugas, maklumbalas prestasi, dan keadaan sosial (Hackect dan Berz 1981; Clement 1987; Nevill Schlecker, 1988; Lenny 1997). Mempunyai keyakinan yang tinggi merupakan salah satu sikap positif yang perlu dimiliki untuk menjadi seorang usahawan.

Kourilsky dan Walstad (1998) telah melihat kecenderungan menceburi bidang keusahawanan terhadap golongan muda mendapati bahawa wanita kurang berminat untuk memulakan perniagaan, kurang yakin terhadap keupayaan diri dan kurang toleransi terhadap pasaran yang dinamik. Terdahulu kajian yang sama juga telah dilakukan oleh Scherer et al. (1990), Crant (1996), Matthew dan Moser (1996), yang mendapati bahawa wanita kurang berminat untuk menceburi bidang keusahawanan berbanding dengan golongan lelaki.

Sikap positif terhadap risiko akan membolehkan seseorang usahawan itu berjaya dan dapat bertahan lama di dalam perniagaannya. Secara umumnya, ianya akan menjadi bonus dan kelebihan kepada usahawan yang memilikinya berbanding dengan mereka yang akan mengelak daripadanya (Harper, 1996; Khaairuddin, 1996; Chow, 2000; Lambing, 2000; Md Mohar, 2000; Nieuwenhuizen dan Kroon, 2001; Usahawan Sukses, 2002).

Weihe dan Reich (1993) mendapati bahawa sebanyak 34.3 peratus di kalangan pelajar jurusan perniagaan tidak menyimpan minat untuk bekerja sendiri. Ini termasuklah 3.2 peratus di kalangan mereka yang telah bersedia untuk bekerja. Manakala, mereka yang belum bercadang untuk bekerja sebanyak 50.5 peratus. Melalui kajian ini dapat disimpulkan bahawa masih lagi terdapat pelajar yang tidak berminat untuk bekerja sendiri walaupun pelajar tersebut mengambil jurusan perniagaan.

Tetapi bagi Hart dan Harrison (1992) pula mendapati bahawa sikap pelajar sekolah tinggi di Northern Ireland menunjukkan sebanyak 47 peratus daripada keseluruhan responden menunjukkan minat mereka untuk menjalankan perniagaan sendiri. Manakala Sanholtz (1990) mendapati bahawa majoriti pelajar MBA daripada sekolah perniagaan yang popular di Amerika Syarikat memilih untuk menjadi usahawan sebagai matlamat jangka panjang kerjaya mereka.

Koh (1996) dalam kajiannya mengkaji sejauhmana kecenderungan keusahawanan berkait dengan atribusi psikologi berikut: kehendak pencapaian, lokus kawalan, kecenderungan mengambil risiko, kesabaran dalam menghadapi ketidak pastian, keyakinan diri dan inovatif. Seramai 100 orang responden terdiri daripada pelajar kursus Sarjana Pentadbiran Perniagaan di institusi-institusi pengajian tinggi di sekitar Hong Kong ditemubual. Ujian bebas Khi Kuasa Dua mendapati bahawa mereka yang mempunyai kecenderungan keusahawanan dan mereka yang tidak adalah sama dari aspek demografi dan ciri-ciri kekeluargaan. Manakala ujian τ dan analisis logik menunjukkan bahawa mereka yang mempunyai kecenderungan keusahawanan mempunyai tahap yang tinggi dalam aspek inovasi, kesabaran semasa menghadapi ketidakjelasan dan kecenderungan mengambil risiko berbanding dengan mereka yang tidak mempunyai kecenderungan keusahawanan. Di samping itu mereka yang mempunyai kehendak pencapaian, kawalan dalaman dan keyakinan diri yang tinggi juga didapati mempunyai sifat yang cenderung kepada bidang keusahawanan.

Evans (1995) telah mengkaji ciri-ciri usahawan yang terlibat dalam sektor industri yang bersifat teknikal. Pengkaji memilih untuk mengkaji usahawan teknikal kerana didapati usahawan teknikal memaparkan ciri-ciri usahawan yang berbeza berbanding dengan usahawan yang terlibat dalam bidang bukan teknikal. Di samping itu, pengkaji juga mendapati bahawa kajian mengenai usahawan teknikal masih kurang berbanding kajian mengenai usahawan dalam bidang bukan teknikal. Responden kajian dipilih dalam tiga peringkat saringan dan hanya seramai 76 responden didapati sesuai dan dipilih sebagai responden kajian. Dapatan kajian menunjukkan bahawa usahawan teknikal adalah berbeza dari usahawan konvensional. Namun, usahawan teknikal mempunyai persamaan dari aspek-aspek atribusi psikologi iaitu kehendak

pencapaian, motivasi, inovasi dan kehendak mengambil risiko berbanding dengan usahawan konvensional. Bagaimanapun darjah persamaan antara aspek atribusi usahawan teknikal berbanding usahawan konvensional adalah berbeza. Usahawan teknikal didapati menunjukkan kadar atribut psikologi yang lebih tinggi berbanding dengan usahawan yang terlibat dalam bidang bukan teknikal.

Kebanyakan daripada kajian lepas menunjukkan bahawa sikap yang positif memainkan peranan dalam mempengaruhi seseorang itu untuk menjadi usahawan. Sebenarnya, kebanyakan sikap-sikap positif ini lahir daripada individu itu sendiri.

2.5.4 Faktor Kemahiran

Menurut Kamus Dewan Edisi Ketiga (1996) bahawa kemahiran didefinisikan sebagai kecekapan dan kepandaian seseorang dalam bidang tertentu. Firma perniagaan yang semakin meluas masa kini memerlukan tahap kemahiran yang tinggi daripada setiap individu. Kemahiran penting sebagai asas kepada segala aktiviti pekerjaan yang ingin dilakukan. Usahawan perlu memiliki tahap kemahiran yang tinggi bagi memastikan perjalanan syarikat terurus dengan sempurna. Di samping itu, tahap kemahiran seseorang usahawan itu juga dapat menentukan samada usahawan itu memahami bidang yang diceburinya atau sebaliknya. Malah, kemahiran yang ada turut berperanan menjadikan seseorang usahawan itu berfikiran positif dalam sesuatu usaha perniagaan yang dijalankan (Mohamed, 1996).

Model usahawan tidak akan nampak dalam bentuk kecekapan dan kepandaian melakukan sesuatu kegiatan perniagaan. Oleh itu, kemahiran tidak dapat diperolehi sekelip mata tetapi memerlukan bimbingan yang teratur samada secara formal atau tidak formal, ilmiah dan sistematik (Yep Putih, 1985). Kemahiran tidak akan bergolek datang sendiri tanpa kehadiran pengalaman praktis dan pembelajaran pengetahuan. Dalam kajian ini, pengalaman praktis dan pengetahuan adalah disamakan dengan kemahiran

Menurut Kim (1994), pengalaman adalah guru yang paling unggul kerana melalui pengalaman seseorang dapat mempelajari hakikat kehidupan. Melaluinya juga, seseorang itu beransur-ansur menjadi matang. Kenyataan ini telah menyokong pernyataan Yep Putih (1985) yang menjelaskan bahawa pengalaman boleh

meningkatkan kecekapan seseorang dalam melakukan sesuatu pekerjaan. Seseorang yang berpengalaman lebih baik daripada seseorang yang tidak mempunyai pengalaman walaupun kedua-duanya mempunyai kelulusan akademik yang sama.

Ab. Aziz (1999) menggariskan empat kemahiran yang perlu ada bagi memastikan kejayaan seseorang usahawan iaitu, kemahiran kognitif, kemahiran interpersonal kemahiran konseptual dan kemahiran komunikasi iaitu memindahkan idea kepada realiti, mampu meyakinkan pihak lain untuk turut sama terlibat dalam aktiviti keusahawanan, meyakinkan pembekal supaya memanjangkan tempoh kredit, meyakinkan pelanggan dengan produk atau servis yang diberikan dan kebolehan untuk mencungkil minat yang ada pada seseorang.

Selain itu, usahawan yang berpengalaman dan berkemahiran akan lebih yakin terhadap dirinya sendiri untuk mengatasi sesuatu masalah yang rumit. Yep Putih (1985) menyatakan bahawa insan yang telah lama berkecimpung dalam sesuatu bidang pekerjaan selalunya mempunyai pengetahuan dan pandangan yang lebih luas dan matang daripada orang lain yang baru melibatkan diri dalam pekerjaan tersebut. Contoh kemahiran yang dimiliki oleh usahawan sehingga mempengaruhi mereka untuk menceburkan diri dalam bidang keusahawanan ialah:

- i) kemahiran berkomunikasi
- ii) kemahiran merancang dengan teratur
- iii) kemahiran menyelesaikan masalah
- iv) kemahiran mengurus kewangan

Manakala Hills dan Welsh (1986) mendapati sebanyak 80 peratus daripada 2000 pelajar berminat untuk mengambil satu atau lebih kursus dalam keusahawanan. Ini berikutan hasil kajian membuktikan bahawa majoriti pelajar berminat untuk mempelajari bidang keusahawanan. Selain itu, kajian ini turut menjelaskan bahawa kursus keusahawanan sememangnya penting untuk dipelajari oleh semua pelajar secara langsung di dalam kelas.

Md Mohar, et al. (2002) telah menjalankan kajian terhadap pencapaian semasa program pembangunan keusahawanan yang dilaksanakan di negeri Johor. Kajian ini

mengutarakan model pembangunan keusahawanan yang mampan dan menyeluruh dalam proses membina dan memantapkan Masyarakat Perdagangan dan Perindustrian Bumiputera Johor. Mindset usahawan bumiputera terbahagi kepada empat iaitu usahawan gerai, usahawan baru, usahawan ekspres dan usahawan tulin.

Menurut kajian, untuk menghasilkan mindset usahawan tulin maka perlu diwujudkan struktur dan persekitaran keusahawanan dari peringkat awal. Kerajaan negeri perlu memantau dan memastikan wujudnya kesinambungan program latihan dan bimbingan keusahawanan dari peringkat prasekolah hingga ke peringkat universiti dan seterusnya. Titik mula keusahawanan yang cemerlang bergantung kepada kualiti usahawan dan perusahaan yang dibangunkan. Pendekatan pertandingan seperti anugerah keusahawanan dan pendekatan latihan dan bimbingan di luar negara perlu diadakan. Ciri-ciri program latihan bimbingan keusahawanan yang berkesan adalah bersifat jangka panjang, mempunyai penglibatan regional, peraduan untuk meningkatkan taraf keusahawanan dan program untuk pembentukan dan peneguhan usahawan. Antara ciri lain ialah program pemantauan berkala dan bersepadu, tabung bantuan kewangan dan penyelidikan dan perundingan untuk penyelesaian masalah dan program pengembangan syarikat.

Manakala Fleming (1992) dalam kajiannya terhadap graduan Irish mendapati bahawa graduan yang terlibat dalam aktiviti dan program keusahawanan semasa di kolej mempunyai kadar peratusan sebanyak 45 peratus daripada keseluruhannya. Kajian ini menunjukkan bahawa program keusahawanan yang diikuti memberikan kesan positif terhadap pembuatan keputusan untuk kerjaya mereka. Kajian juga mendapati bahawa lima peratus daripada responden mempunyai inisiatif untuk memulakan perniagaan dalam jangka masa lima tahun selepas tamat pengajian di kolej.

Sementara itu, Chen et al. (1998) pula mendapati bahawa terdapat hubungan yang positif di antara kursus pengurusan yang telah diambil dengan kecenderungan untuk menjadi seorang usahawan. Kajian ini telah dijalankan ke atas pelajar sarjana pentadbiran perniagaan daripada salah sebuah kolej yang terbesar di Amerika Syarikat. Hasil ini menunjukkan bahawa, pelajar yang mengambil kursus pengurusan, lebih menunjukkan minat ke arah bidang keusahawanan. Terdapat juga kajian ke atas kesan persekitaran universiti terhadap aktiviti keusahawanan yang

mendapati bahawa universiti lebih banyak memberi tumpuan kepada staf fakulti dan universiti lebih daripada pelajar itu sendiri (BenDaniel, 1999).

Daripada kajian-kajian lalu mendapati bahawa memiliki kemahiran yang berkaitan dengan bidang keusahawanan merupakan di antara faktor yang telah mempengaruhi seseorang untuk menjadi usahawan.

2.6 Pendidikan Keusahawanan

Keusahawanan merupakan satu bidang yang penting bagi sesebuah negara kerana ia dapat membantu menghakis budaya makan gaji di kalangan rakyatnya. Selain itu, keusahawanan membantu membangunkan ekonomi sesebuah negara melalui pertumbuhan perniagaan-perniagaan baru yang sering menghasilkan idea, barang dan perkhidmatan baru. Tun Dr. Mahathir Mohamad, bekas Perdana Menteri Malaysia semasa dalam jawatannya sebagai Perdana Menteri telah berucap sempena Majlis Perdagangan Malaysia 1991 menegaskan bahawa budaya keusahawanan amat diperlukan untuk mewujudkan masyarakat Malaysia yang saintifik dan progresif, inovatif dan berpandangan jauh (Nor Aishah, 2002).

Di samping itu, negara bukan sahaja perlu mewujudkan masyarakat Malaysia yang menjadi pengguna teknologi, tetapi juga sebagai penyumbang kepada perkembangan pengetahuan saintifik dan teknologi pada masa depan. Saranan ini membuktikan kepentingan dan mewujudkan masyarakat berbudaya keusahawanan yang mampu mengatasi cabaran-cabaran yang mendatang dalam usaha menjadikan Malaysia sebagai sebuah negara maju menjelang tahun 2020 nanti. Pengkaji-pengkaji luar negara seperti Gillin and Powe (1994), Gorman and Hanlon (1997), Hood and Young (1993), McMullan and Vesper (1987), Timmons (1999), Wyckham and Wedley (1990) dan Young (1997) telah membuat penyelidikan dan mengenalpasti bahawa pembelajaran keusahawanan amat penting bagi meningkatkan pemahaman terhadap bidang tersebut.

Hubungan antara pendidikan keusahawanan dengan kejayaan usahawan pernah dilaporkan oleh beberapa orang pengkaji seperti Ronstadt (1985), Humam (1992) dan Badrul (1995) berasaskan pernyataan bahawa seseorang usahawan boleh dibentuk oleh Ahmad (1976) dan Kent (1990). Maka, salah satu daripada usaha kerajaan adalah

melalui pelaksanaan pendidikan keusahawanan sama ada secara formal atau tidak formal di sekolah menengah dan institusi pengajian tinggi.

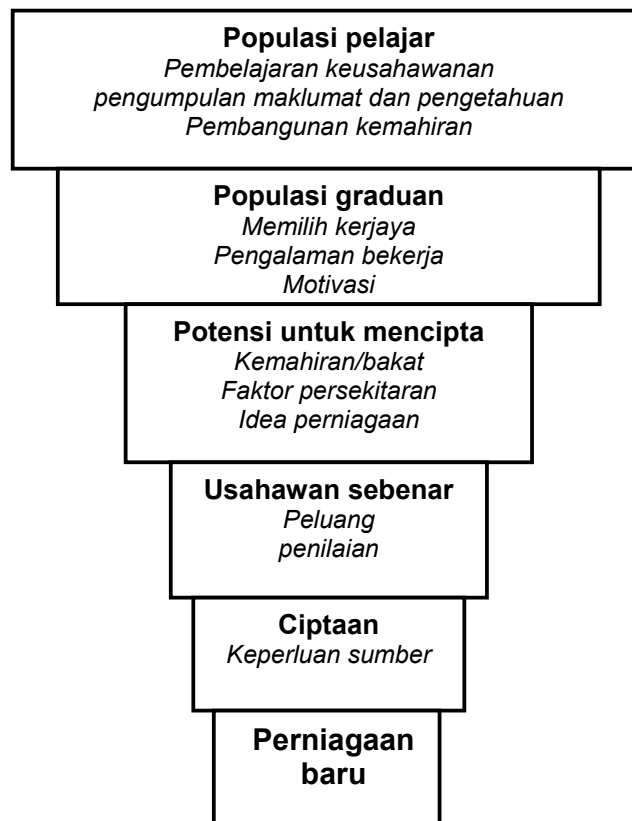
Definisi yang diberikan oleh MEDEC (1992) tentang penyelidikan keusahawanan adalah lebih menyeluruh dan meliputi orientasi pendidikan perniagaan dan gabungan orientasi kerjaya usahawan yang hanya ia bukan sahaja menyediakan kemahiran yang diperlukan dalam menguruskan perniagaan tetapi juga menggalakan penubuhan usaha niaga baru. Kent (1990) menjelaskan bahawa pendidikan keusahawanan harus difokuskan kepada tiga dimensi iaitu dimensi menerapkan kesedaran keusahawanan, dimensi kemahiran keusahawanan dan dimensi kemahiran penilaian diri.

Pendidikan keusahawanan menekankan proses pembinaan manusia yang berorientasikan keusahawanan (Kent, 1990). Program pendidikan keusahawanan mementingkan pembelajaran tentang dimensi tingkah laku daripada isi kandungan sesuatu mata pelajaran (Gary Rabbior, 1990). Mengikut Cheryll (1993), pendidikan keusahawanan tidak boleh hanya tertumpu kepada mengajar cara-cara menjalankan perniagaan, tetapi juga harus menggalakkan usaha mencipta keluaran baru atau menambahbaikkan keluaran yang sedia ada untuk diperniagakan di pasaran. Keluaran tersebut boleh berbentuk fizikal, perkhidmatan dan teknologi yang boleh dipasarkan.

Kajian yang telah dijalankan oleh Teresa dan Joseph (2002) mendapati bahawa pembelajaran keusahawanan adalah langkah yang amat penting dilakukan bagi menambahkan kadar graduan kejuruteraan yang menceburi bidang keusahawanan teknologi. Ini kerana pelajar kejuruteraan telah memiliki pengetahuan yang spesifik terhadap bidangnya dan apabila ditambah kepada ilmu keusahawanan maka apabila tamat pengajian kelak mereka mempunyai kebolehan untuk membuka perniagaannya sendiri. Daripada kajian yang telah dilakukan kebanyakan graduan kejuruteraan memilih perniagaan yang berasaskan kejuruteraan seperti konsultan, teknologi maklumat dan pembuatan. Walaubagaimanapun terdapat juga graduan kejuruteraan yang tidak memilih perniagaan berkonsepkan teknologi seperti membuka restoran makanan, kebun 'landscape', dan perkhidmatan tutor.

Selain itu, bilangan kajian terhadap isu pembelajaran untuk keusahawanan dapat dilihat daripada kajian yang telah dilakukan oleh (Scott dan Twomey, 1988; Sexton

dan Bowman, 1988; Brown 1990). Mereka merumuskan bahawa isu berkaitan pembelajaran keusahawanan amat perlu untuk dikaji di masa akan datang. Untuk pemahaman yang lebih mudah dan menganalisa gelagat yang kompleks serta proses yang terlibat dalam kajian ini, maka kerangka konsep telah dibangunkan (rujuk rajah 2.3). Model menunjukkan pelbagai peringkat yang dilalui oleh usahawan yang mana ianya bermula daripada potensi usahawan untuk mencipta sesuatu sehingga menjadi usahawan yang sebenar, mencipta dan akhirnya mewujudkan perniagaan baru.



Rajah 2.3: Kerangka Umum Proses Menjadi Usahawan - *Sumber: Gasse (1990).*

Sementara itu, Kent (1990) menyatakan bahawa terdapat kajian yang menunjukkan ramai orang mempunyai potensi keusahawanan tetapi tidak menjadi usahawan. Ini menunjukkan kepentingan pendidikan keusahawanan kepada masyarakat dalam mengenal pasti dan membentuk individu yang mempunyai potensi keusahawanan untuk menjadi penyumbang kepada perubahan ekonomi masyarakat pada masa hadapan (Nor Aishah, 1998).

2.7 Latihan Pembangunan Keusahawanan

Dalam proses melahirkan usahawan yang berjaya, latihan merupakan satu komponen penting. Kementerian Pembangunan Usahawan dan Koperasi (MECD) telah mengadakan beberapa program latihan dan bimbingan untuk usahawan. Program latihan keusahawanan meliputi tiga peringkat (MECD,1998). Peringkat pertama melibatkan program pembudayaan keusahawanan di kalangan pelajar sekolah dan penuntut Institusi Pengajian Tinggi (IPT). Peringkat kedua melibatkan program latihan asas perniagaan yang ditawarkan kepada mereka yang berminat menjadi usahawan sementara peringkat ketiga melibatkan penawaran kursus-kursus teknikal untuk meningkatkan prestasi dan memajukan perniagaan yang sedia ada. Bagi peringkat pertama untuk pelajar IPT, MECD dengan kerjasama Kementerian Pendidikan Tinggi telah melaksanakan Program Pembangunan Usaha Siswa (PPUS) melalui aktiviti-aktiviti keusahawanan dan perniagaan di mana IPT yang terpilih akan menyediakan kemudahan pinjaman kepada peserta untuk menjalankan perniagaan mereka.

Aktiviti siswa niaga merupakan aktiviti utama di bawah program ini di mana siswa-siswi akan ditawarkan premis perniagaan di dalam kampus. Pensyarah-pensyarah ekonomi dan perniagaan pula bertindak sebagai penasihat untuk membimbing peserta dalam perniagaan tersebut. Satu lagi aktiviti di bawah PPUS ialah *Global Learning of Business Enterprise (GLOBE)*. Program ini memberikan pendedahan kepada peserta berkenaan perdagangan antarabangsa.

Peringkat kedua untuk pelajar IPT ialah memberikan latihan asas perniagaan. Dalam keadaan ekonomi sekarang, kerajaan menyedari bahawa graduan-graduan akan menghadapi kesukaran untuk mendapatkan pekerjaan. Bagi membantu golongan ini, Kementerian Pembangunan Keusahawanan telah mengambil inisiatif untuk memperkenalkan Skim Usahawan Siswazah (SUS) pada tahun 1998. Skim ini bertujuan memberikan pendedahan kepada siswazah supaya mereka boleh memulakan perniagaan sendiri pada masa hadapan. Melalui skim ini, peserta yang memerlukan pengalaman perniagaan diberikan latihan keusahawanan dan sangkut kerja di beberapa buah syarikat swasta yang dipilih. Skim ini juga menyediakan kemudahan pembiayaan perniagaan melalui Tabung Usahawan Siswazah yang memberikan pinjaman antara RM20 000 sehingga RM100 000.

Peringkat ketiga pula ialah kursus-kursus peningkatan prestasi perniagaan. Pusat Bimbingan Usahawan Negara (PBUN) telah diwujudkan dengan tujuan untuk menyediakan kemudahan setempat bagi membolehkan usahawan dan bakal usahawan mendapat maklumat perniagaan, khidmat nasihat, bahan rujukan, saluran internet, tempat perbincangan dan mesyuarat, dewan seminar dan kemudahan pusat pameran dan jualan keluaran. Pusat ini bertindak sebagai titik fokus kepada aktiviti-aktiviti keusahawanan.

2.8 Unit Pembangunan Alumni (UPA)

Alumni Universiti Teknologi Malaysia telah dipertanggungjawabkan di bawah Unit Pembangunan Alumni (UPA) yang telah ditubuhkan pada 1 April 1996. Keahlian terdiri daripada semua graduan lepasan UTM, termasuk graduan Maktab Teknik dan Institut Teknologi Kebangsaan. Pensyarah UTM yang bukan belajar di UTM juga diterima sebagai ahli bersekutu (Universiti Teknologi Malaysia, 2003).

Jumlah Alumni UTM kini telah melebihi 88,000 orang tetapi yang dapat dikesan dan terdapat dalam pangkalan UPA hanyalah sekitar 20 peratus sahaja. Matlamat pihak UPA agar sekurang-kurangnya 60 peratus para Alumni berdaftar dengan UPA pada penghujung tahun 2003 ini (Buletin Alumni, Oktober 2003).

UPA berfungsi menjalinkan perhubungan berterusan dalam bentuk sosial dan profesional di antara Universiti Teknologi Malaysia (UTM) dan lulusannya. UPA juga berfungsi untuk memupuk rasa kepunyaan yang berterusan kepada UTM di kalangan para lulusan. Selain itu, UPA berfungsi sebagai penghubung rasmi antara para Alumni dan UTM. Visi UPA ialah untuk menjalin, memperkembang dan memantapkan interaksi antara Alumni dan universiti untuk membantu Universiti mencapai matlamatnya. Manakala misi UPA ialah untuk mewujudkan rangkaian perhubungan yang berfungsi untuk menjalinkan perhubungan di kalangan Alumni serta Alumni dan Universiti.

Terdapat empat objektif yang telah disenaraikan oleh UPA iaitu:

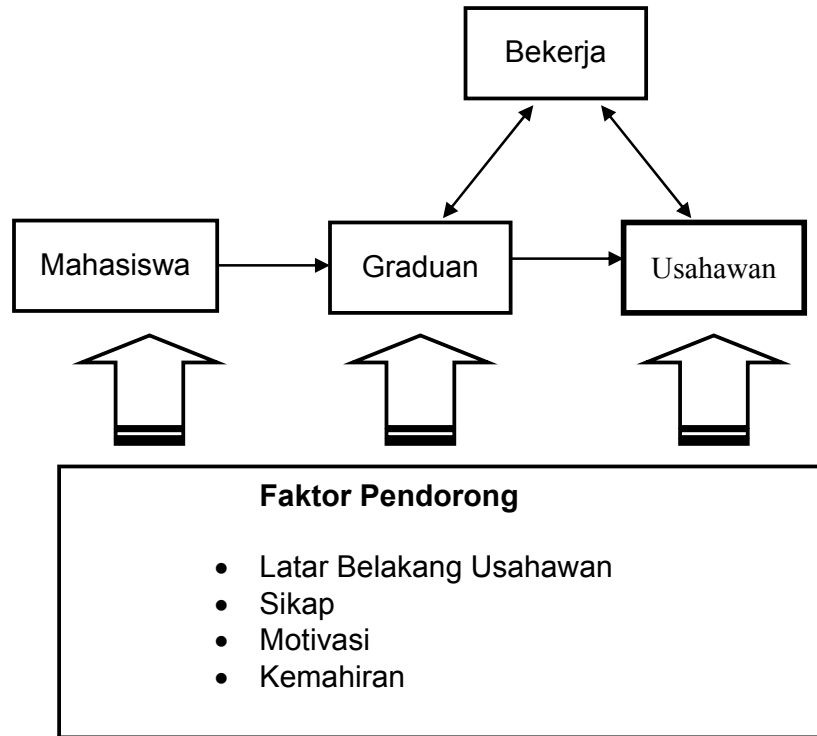
- i) mewujudkan satu badan perhubungan yang berkekalan di antara lulusan dengan UTM,

- ii) memupuk rasa kepunyaan yang berterusan di kalangan lulusan UTM,
- iii) menjana sokongan daripada alumni untuk UTM,
- iv) memberi pengiktirafan kepada Alumni yang telah berjaya dalam kerjaya dan aktiviti masyarakat.

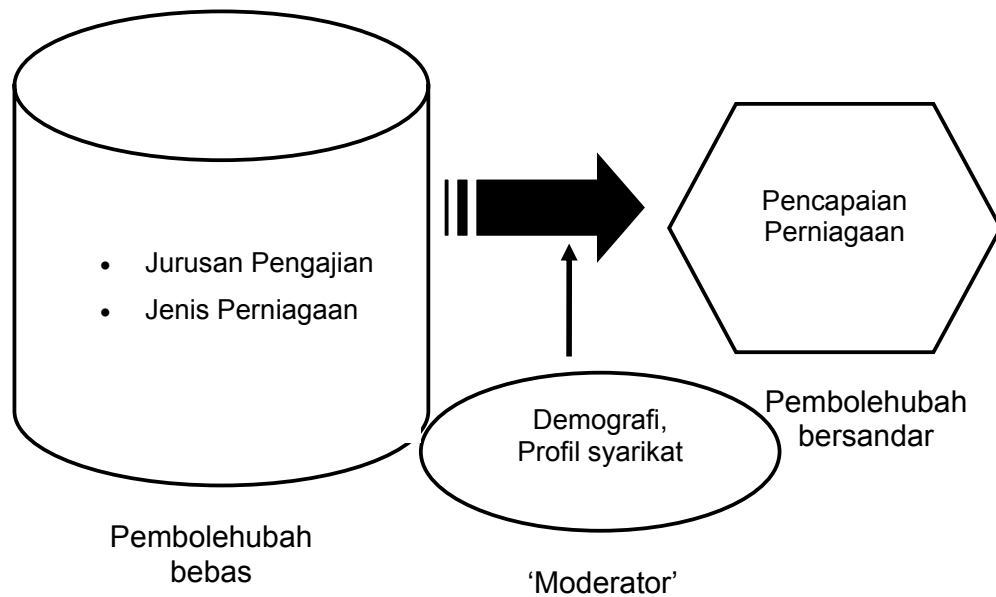
2.9 Kerangka Teori Kajian

Berdasarkan kepada pendekatan-pendekatan yang telah dinyatakan, pengkaji merumus dan membentuk kerangka teori bagi kajian ini. Kerangka kajian ini ditunjukkan pada rajah 2.5. Sebelum memperolehi kerangka teori ini, pengkaji telah merumuskan proses pembentukan kerangka teori yang akan ditunjukkan pada rajah 2.4. Proses ini melihat kepada tiga peringkat individu iaitu peringkat mahasiswa di universiti dan akan menjadi graduan apabila tamat belajar. Disusuli pula oleh keputusan mereka sama ada memilih untuk menjadi seorang usahawan ataupun menimba pengalaman dengan bekerja terlebih dahulu. Ketiga-tiga fasa ini mempengaruhi empat faktor pendorong yang telah dipilih iaitu faktor latar belakang usahawan, faktor sikap, faktor motivasi dan faktor kemahiran. Usahawan boleh dipengaruhi sama ada di peringkat mahasiswa, graduan ataupun semasa sedang bekerja.

Seterusnya, empat faktor tersebut akan menjadi pembolehubah tidak bersandar. Manakala, pembolehubah bersandar diukur dengan pencapaian syarikat bagi usahawan tersebut. Ini kerana, pembolehubah bersandar adalah pembolehubah yang boleh mengukur kekuatan hubungan di antara faktor yang mendorong seseorang usahawan itu memulakan perniagaan sehingga kini. Oleh itu, pencapaian syarikat boleh mengukur tahap kejayaan sesebuah perniagaan. Melalui pengujian keempat-empat faktor pendorong tersebut, pengkaji boleh mengetahui sama ada faktor-faktor tersebut dapat memenuhi segala objektif yang dikehendaki oleh kajian ini.



Rajah 2.4 : Proses Pembentukan Kerangka Teori bagi Usahawan



Rajah 2.5: Kerangka Teori bagi Kajian Ini

2.10 Ringkasan

Secara keseluruhannya, bab ini telah membincangkan dengan lebih terperinci tentang faktor-faktor yang mendorong seseorang usahawan menceburi bidang keusahawanan. Maklumat-maklumat yang diperolehi ini dapat menyokong dapatan kajian kelak. Kajian-kajian yang telah dijalankan oleh pengkaji luar negara juga membuktikan bahawa kajian yang sedang dijalankan ini sememangnya amat penting dan sesuai untuk dikaji di negara kita. Selanjutnya, bab tiga akan membincangkan metodologi dan kaedah yang digunakan untuk kajian ini.

BAB 3: METODOLOGI KAJIAN

3.1 Pengenalan

Bab dua telah membincangkan kajian literatur dan model kajian yang digunakan untuk kajian ini. Seterusnya bab tiga akan menghuraikan metodologi kajian yang merupakan satu set kaedah sistematik yang dijalankan untuk mencapai matlamat dan objektif kajian. Oleh itu, bab ini akan membincangkan kaedah penyelidikan yang telah dijalankan. Penggunaan kaedah yang bersesuaian menentukan ketepatan dan hasil kajian yang terbaik serta berupaya untuk mencapai matlamat dan objektif yang telah ditetapkan. Aspek yang dibincangkan termasuk penentuan reka bentuk kajian, kaedah pengumpulan data, persampelan, instrumentasi dan penganalisan data.

3.2 Rekabentuk Kajian

Satu rekabentuk kajian telah dibangunkan bagi membantu pengkaji menjalankan kajian ini dengan lebih teratur. Rajah 3.1 menunjukkan aliran proses bagi kajian ini. Bagi permulaan kajian, data-data yang berkaitan dengan tajuk kajian telah dikumpul. Antara cara pengumpulan data adalah daripada bahan-bahan bertulis seperti buku-buku, jurnal, kajian-kajian lepas, majalah dan melalui laman web yang berkaitan. Sebelum kajian dijalankan, objektif, skop dan matlamat kajian telah dikenalpasti.

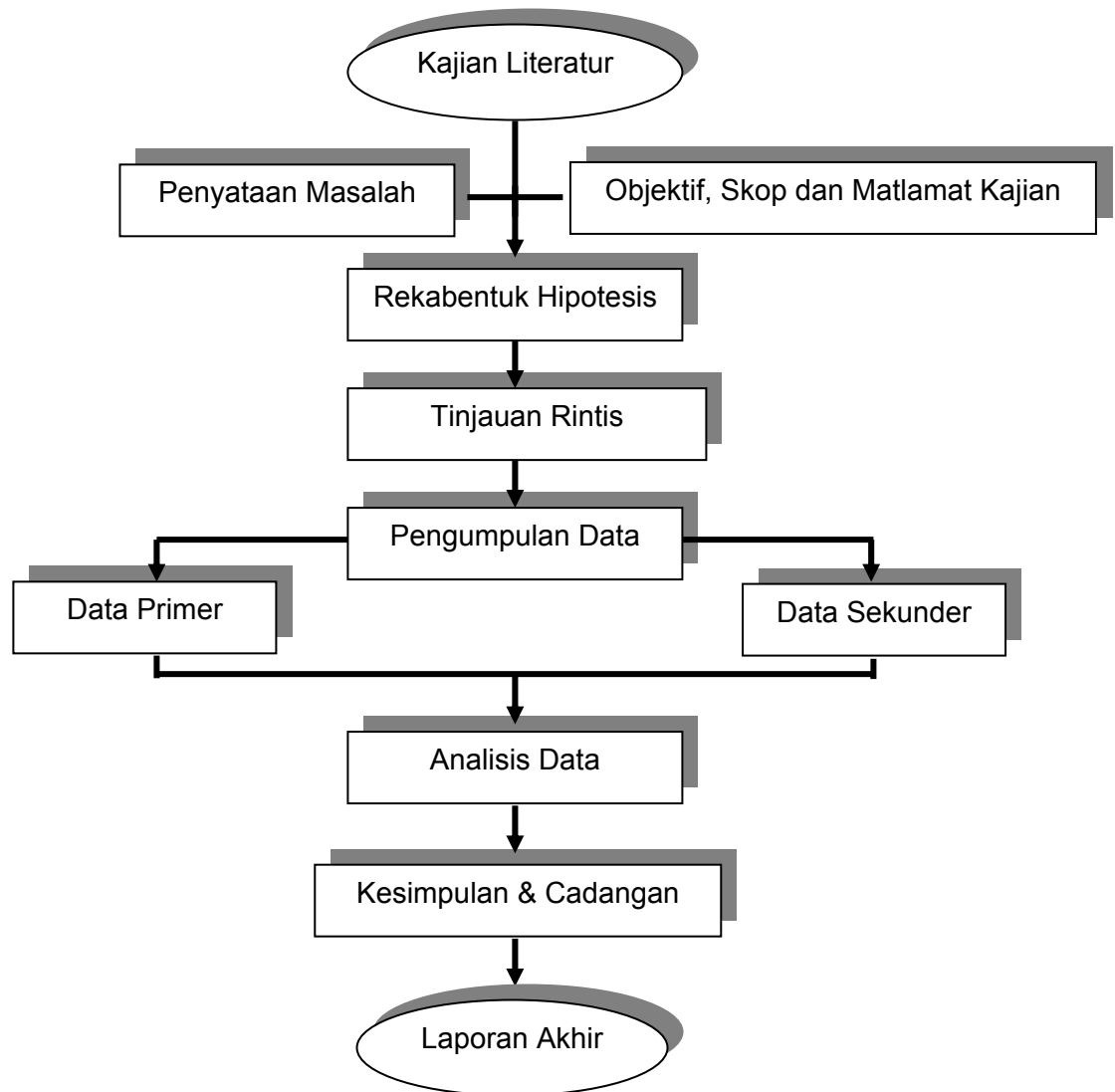
Kajian literatur yang dibuat membantu pengkaji mengenalpasti pembolehubah yang berkaitan dengan topik kajian. Ini kerana tujuan utama kajian literatur adalah memastikan tiada pembolehubah yang penting diabaikan kerana pembolehubah yang berkaitan agak sukar dikenalpasti dalam temubual.

Selepas pembolehubah bagi kajian dikenalpasti, beberapa hipotesis telah direkabentuk. Hipotesis merupakan satu jangkaan bagi keputusan masalah (Uma Sekaran, 1992). Hipotesis ini dibangunkan melalui pembacaan kajian lepas dan pemerhatian. Keputusan

yang diperolehi daripada ujian hipotesis akan membantu pengkaji memperolehi data bagi memenuhi keperluan kajian.

3.3 Kaedah Pengumpulan Data

Data-data diperolehi dalam kajian ini adalah daripada dua sumber iaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperolehi daripada soal selidik manakala data sekunder pula diperolehi daripada buku-buku, tesis-tesis dan jurnal-jurnal yang berkaitan.



Rajah 3.1: Carta Aliran Proses Kajian

3.3.1 Soal Selidik

Borang soal selidik adalah satu set soalan yang dibangunkan dan diedarkan kepada responden untuk dijawab. Soal selidik adalah satu alat pengumpulan data yang sesuai apabila pengkaji mengetahui dengan tepat apa sebenarnya yang mereka perlukan dan bagaimana untuk memastikan pembolehubah yang ingin dikaji (Uma Sekaran, 2003). Bagi kajian ini, soal selidik dilakukan sama ada melalui kaedah bersemuka, penghantaran melalui pos, faksimili atau internet. Kaedah ini dilakukan bertujuan untuk mengumpulkan data-data yang akan dianalisis untuk mencapai objektif kajian ini. Sehubungan dengan itu, set borang soal selidik yang direka bentuk mengandungi empat bahagian utama iaitu Bahagian 1, Bahagian 2, Bahagian 3 dan Bahagian 4. Keseluruhannya mengandungi sejumlah 76 soalan yang terdiri daripada pelbagai jenis soalan. Sila rujuk **LAMPIRAN A**.

Bahagian 1: Demografi

Bahagian ini mengandungi item-item berkaitan dengan jantina, umur, taraf pendidikan, jurusan yang di ambil semasa di UTM dan sesi kemasukan.

Bahagian 2: Profil Syarikat

Bahagian ini mengandungi item-item berkaitan dengan tahun perniagaan ditubuhkan, struktur perniagaan samada perseorangan, perkongsian, sendirian berhad atau berhad, jenis perniagaan yang diceburi samada pembuatan, perkhidmatan atau pembinaan dan samada perniagaan mereka berasaskan teknologi atau tidak.

Bahagian 3: Pencapaian Syarikat

Pencapaian usahawan dilihat dari lima dimensi iaitu, perbandingan jumlah pelaburan modal pada tahun pertama dengan tahun semasa, perbandingan jumlah jualan kasar pada tahun pertama dengan tahun semasa, bentuk perubahan yang dilakukan oleh syarikat semenjak ditubuhkan, perbandingan jumlah nilai aset semasa penubuhan syarikat dengan masa kini dan kemampuan membayar balik pinjaman. Kesemua dimensi pencapaian usahawan adalah berasaskan kepada soal selidik yang dibina oleh Abdul

Aziz (1984). Pencapaian perniagaan usahawan mengandungi 5 soalan. Jadual 3.1 menunjukkan taburan soalan pencapaian perniagaan usahawan mengikut dimensi.

Jadual 3.1: Taburan Soalan Pencapaian Perniagaan Usahawan

Dimensi Pencapaian Usahawan	Bilangan Soalan	No. Item
Perbandingan jumlah pelaburan modal pada tahun pertama dengan tahun semasa	1	10.
Perbandingan jumlah jualan kasar pada tahun pertama dengan tahun semasa	1	11.
Perbandingan jumlah nilai aset pada tahun pertama dengan tahun semasa	1	12.
Bentuk perubahan semenjak syarikat ditubuhkan	1	13.
Masalah pembayaran pinjaman modal	1	14.
Jumlah	5	

Bahagian 4: Faktor pendorong usahawan

Bahagian ini mengandungi empat faktor yang telah mendorong seseorang itu menjadi usahawan. Faktor-faktor tersebut ialah faktor latar belakang yang mempunyai tujuh soalan, faktor motivasi sebanyak 23 soalan, faktor sikap sebanyak 15 soalan dan faktor kemahiran sebanyak 15 soalan. Setiap faktor merangkumi soalan-soalan yang menggambarkan faktor tersebut. Soalan terakhir merupakan soalan terbuka yang memerlukan usahawan memberikan pandangan mereka sekiranya kedai usahawan ditubuhkan untuk memberi peluang kepada para pelajar UTM berniaga. Serta pandangan mereka terhadap peranan universiti untuk menarik minat pelajar menceburi bidang keusahawanan.

3.3.2 Dokumen Atau Bahan Bercetak

Selain data primer yang didapati melalui kaedah soal selidik seperti yang telah dinyatakan, data sekunder juga amat perlu bagi memantapkan kajian. Data sekunder

diperolehi melalui buku-buku, jurnal dan tesis-tesis yang berkaitan dengan kajian dari kajian perpustakaan yang dijalankan. Tujuan data sekunder adalah untuk mengenalpasti masalah, membina pendekatan kepada masalah dan menjawab beberapa masalah kajian. Data sekunder merupakan data sokongan bagi memahami dengan lebih terperinci tentang kajian yang dijalankan.

3.4 Cara Pemberian Markat

Cara pemberian markat instrumen kajian terbahagi kepada dua bahagian. Bahagian pertama responden perlu menjawab soalan aneka jawapan. Usahawan hanya boleh memilih satu jawapan sahaja bagi setiap soalan yang dikemukakan.

Manakala bahagian kedua mengkehendaki usahawan memberi markat pada setiap faktor pendorong dengan menggunakan Markat Skala Likert 4 skala iaitu 1 hingga 4. Angka-angka 1:sangat tidak setuju (STJ), 2:tidak setuju (ST), 3: setuju (S) dan 4:sangat setuju (SS).

Menurut Pagen (1981) had minimum sampel kajian yang diperlukan bagi tujuan kajian dan membuat pengujian hipotesis ialah seramai 30 orang responden. Bagi kajian ini pula, pengkaji tidak menghadkan bilangan responden kerana kajian ini tidak mempunyai populasi sebaliknya menggunakan jangka masa sebagai had untuk mendapatkan responden.

3.5 Tinjauan Rintis

Menurut Parasuraman (1991) tinjauan rintis merupakan satu bentuk pra-kajian yang dilakukan terhadap sebilangan responden atau individu yang berupaya menunjukkan samada terdapat sebarang bentuk kekurangan atau tidak pada instrumen kajian yang dibina. Dengan kata lain, tujuan kajian rintis dilakukan ialah bagi menentukan samada instrumen kajian dapat memberikan dapatan data sebagaimana objektif kajian. Di samping itu, melalui kajian rintis sebarang masalah pada instrumen kajian dapat dikesan dan diperbetulkan sebelum kajian sebenar dilakukan.

Sehubungan dengan itu, satu kajian rintis bagi menentukan tahap kebolehpercayaan instrumen soal selidik telah dijalankan. Kajian rintis yang dilakukan mengambil masa tiga minggu dan melibatkan proses pengedaran dan pungutan semula set borang selidik. Seramai 10 orang usahawan dipilih secara rawak di sekitar Taman Universiti dan Johor Bahru. Melalui kajian rintis ini, pengkaji dapat mengenalpasti samada responden mengalami kesukaran dalam menjawab soalan ataupun tidak. Kesemua usahawan tersebut telah mengembalikan set soal selidik yang diterima mereka dengan melengkapkan semua item soalan. Tiada responden yang mengalami masalah dalam menjawab dan memahami soalan-soalan yang telah diberikan.

Selanjutnya, kesemua 10 set borang soal selidik tersebut akan diuji dengan menggunakan kaedah Alpha Cronbach bagi melihat nilai kebolehpercayaannya. Menurut Uma Sekaran (2003) instrumen soal selidik yang diuji melalui kaedah Alpha Cronbach dan mendapat nilai sekurang-kurangnya 0.7 ($\alpha=0.7$) menunjukkan bahawa instrumen soal selidik tersebut adalah konsisten kebolehpercayaannya. Jadual 3.2 menunjukkan nilai Alpha Cronbach bagi kajian rintis yang telah dijalankan.

Jadual 3.2 : Nilai Alpha Cronbach bagi kajian rintis

Kategori Soal Selidik	Nilai Alpha Cronbach
Faktor Latar Belakang	0.7948
Faktor Sikap	0.9237
Faktor Motivasi	0.7127
Faktor Kemahiran	0.7117
Nilai Alpha Cronbach Keseluruhan	0.8794

Dapatan kajian rintis menunjukkan bahawa nilai Alpha bagi setiap faktor pendorong adalah melebihi nilai 0.7. Oleh itu, kesemua item mempunyai kebolehpercayaan yang

tinggi. Lantaran itu, kesemua item soal selidik adalah diterima dan tiada item soal selidik yang digugurkan.

3.6 Kaedah Penganalisisan Data

Data-data yang dikumpulkan akan dianalisis untuk menjadi maklumat yang penting. Maklumat dan data yang diperolehi daripada borang soal selidik akan dianalisis secara kuantitatif. Analisis kualitatif digunakan untuk menganalisis data-data daripada soalan terbuka dalam borang soal selidik.

Analisis data secara diskriptif juga dibuat bagi pengumpulan, penyusunan dan persembahan data dengan melihat kepada taburan frekuensi. Terdapat tiga cara pengukuran kecenderungan tengah iaitu min, median dan mod. Pengukuran bagi serakan adalah varians, julat dan sisihan piawai (Uma Sekaran, 2003).

Jadual kekerapan dan peratusan juga digunakan bagi melihat setiap tahap faktor pendorong usahawan iaitu faktor latarbelakang, motivasi, sikap dan kemahiran. Tahap setiap faktor pendorong usahawan ditentukan samada melalui jumlah skor atau julat skor yang telah digariskan oleh pembentuk soalselidik. Jumlah skor tersebut kemudiannya dikelompokkan kepada tiga kategori iaitu tinggi, sederhana dan rendah. Statistik deskriptif yang melihat ukuran kecenderungan memusat dan ukuran serakan turut dilakukan bagi melihat taburan faktor pendorong di kalangan usahawan. Julat skor faktor pendorong adalah seperti di jadual 3.3 hingga 3.6 :

Jadual 3.3: Tahap Faktor Latar belakang Usahawan

Kod Kumpulan	Julat	Faktor Latar Belakang
1	22-28	Tinggi
2	15-21	Sederhana
3	7-14	Rendah

Jadual 3.4: Tahap Faktor Motivasi

Kod Kumpulan	Julat	Faktor Motivasi
1	71-92	Tinggi
2	47-70	Sederhana
3	23-46	Rendah

Jadual 3.5: Tahap Faktor Sikap

Kod Kumpulan	Julat	Faktor Sikap
1	46-60	Tinggi
2	31-45	Sederhana
3	15-30	Rendah

Jadual 3.6: Tahap Faktor Kemahiran

Kod Kumpulan	Julat	Faktor Sikap
1	46-60	Tinggi
2	31-45	Sederhana
3	15-30	Rendah

Pencapaian usahawan ditentukan berdasarkan perbezaan kategori modal, nilai jualan dan aset semasa berbanding dengan kategori modal, nilai jualan dan aset ketika memulakan perniagaan. ulat skor pencapaian usahawan seperti dalam jadual 3.7:

Jadual 3.7 : Tahap Pencapaian Usahawan

Kod Kumpulan	Julat Pencapaian	Tahap Pencapaian
1	9 dan lebih	Tinggi
2	5 hingga 8	Sederhana
3	1 hingga 4	Rendah
4	0 dan kurang	Tiada

Analisis Korelasi Spearman digunakan untuk menguji hipotesis kajian. Korelasi pangkat Spearman (r_s) digunakan memandangkan ianya sesuai untuk data yang berpangkat seperti mengukur tahap rendah, sederhana atau tinggi hubungan antara faktor pendorong dengan pencapaian usahawan. Dalam kajian ini, interpretasi bagi r_s adalah sama seperti r . Korelasi pangkat yang lebih tepat dan mempunyai hubungan langsung akan memberikan nilai $r_s = +1$ dan korelasi pangkat yang mempunyai hubungan songsang diberi nilai $r_s = -1$. Pekali korelasi pangkat bagi pembolehubah yang tidak mempunyai sebarang hubungan bernilai 0 (Levin dan Rubin, 2000).

Jadual 3.8 : Alat Penyelidikan Yang Digunakan

Persoalan Kajian	Alat Penyelidikan
Apakah faktor paling utama yang telah mendorong graduan dan Alumni UTM menjadi usahawan?	Analisis Kandungan
Apakah keperluan kemahiran dan pembangunan keusahawanan diperlukan oleh pelajar UTM?	Item dari Soal-Selidik (soalan terbuka) dan Temubual
Apakah profil usahawan-usahawan tersebut ?	Item dalam Soal-Selidik

Bagi mengukur hubungan antara pembolehubah, analisis statistik inferensi pula digunakan. Statistik ini boleh dibahagikan kepada parameter dan bukan parameter. Statistik parameter digunakan dalam pengumpulan data secara skala selang (interval) atau nisbah (*ratio*). Manakala statistik bukan parameter digunakan dalam pengumpulan data berskala nominal atau ordinal (Uma Sekaran, 2003). Jadual 3.8 akan menunjukkan

alat penyelidikan yang digunakan dan jadual 3.9 menunjukkan alat statistik yang digunakan bagi setiap persoalan kajian untuk mencapai objektif kajian.

Jadual 3.9 : Alat Statistik Yang Digunakan

Persoalan Kajian	Alat Statistik
Adakah wujud hubungan di antara faktor pendorong dengan kejayaan usahawan dalam perniagaan mereka?	Korelasi Spearman
Adakah jenis perniagaan yang diceburi mempunyai kaitan dengan jurusan yang diambil semasa di UTM?	Jadual-Silang
Apakah terdapat perbezaan di antara faktor pendorong dengan demografi dan profil syarikat usahawan?	Ujian Kruskal-Wallis

3.7 Ringkasan

Kajian ini melibatkan beberapa kaedah untuk mengumpul dan menganalisis data bagi menepati kehendak kajian. Data yang diperolehi daripada data primer dan data sekunder telah dibuat penganalisan secara kuantitatif dan kualitatif. Bagi kajian ini, pengkaji menggunakan kaedah ‘kawan atas kawan’ untuk mendapatkan responden. Kaedah ini dipilih sebagai subjek tinjauan berdasarkan kepada rujukan dari responden tinjauan yang lain. Pengkaji mengenalpasti responden yang memenuhi keperluan profil subjek yang hendak dikaji. Pengkaji kemudiannya menanyakan responden ini nama dan lokasi orang lain yang memenuhi profail subjek yang hendak dikaji. Melalui rujukan ini, subjek survei boleh dikenalpasti dengan mudah dan cekap, khususnya berguna apabila subjek survei sukar untuk dikenalpasti. Kaedah ini dipilih kerana ketiadaan pangkalan data khususnya yang merekodkan graduan UTM yang telah menjadi usahawan. Tempoh masa dua bulan ditetapkan untuk proses mengenalpasti dan mengedarkan borang soal-selidik kepada responden. Seterusnya, bab 4 akan membincangkan dapatan kajian melalui proses penganalisan data.

BAB 4: PENGANALISISAN DATA

4.1 Pengenalan

Bab ini membincangkan penemuan kajian tentang faktor yang telah mendorong graduan dan Alumni UTM menceburi bidang keusahawanan. Faktor-faktor yang telah dipilih akan diuji dengan pencapaian syarikat usahawan-usahawan tersebut.

Perbincangan dibahagikan kepada dua bahagian utama. Bahagian pertama menjelaskan keperihalan sampel dan bahagian kedua menerangkan dapatan kajian. Keperihalan sampel maklumat latar belakang, pencapaian usahawan diterangkan dalam bentuk jadual taburan kekerapan. Jadual silang turut digunakan bagi melihat pencapaian usahawan dari aspek pelaburan modal, jualan dan aset dengan aspek demografi dan profil syarikat. Analisis seterusnya melihat samada terdapat hubungan di antara faktor pendorong dengan kejayaan usahawan dalam perniagaan mereka.

4.2 Latar Belakang Responden

Pemungutan data kajian ini telah dilakukan di seluruh Malaysia melibatkan graduan UTM yang telah berjaya menjadi usahawan. Sebanyak 90 borang soal-selidik telah diedarkan dan 53 set borang soal selidik (46.6%) lengkap diterima mengikut masa yang telah ditetapkan iaitu selama tiga bulan. Rangka persampelan berkaitan dengan graduan UTM diperolehi daripada pihak UPA. Pengkaji telah menghubungi para graduan yang dijangkakan mempunyai perniagaan. Setelah memperolehi alamat yang lengkap, pengkaji telah mengedarkan borang soal-selidik melalui pos atau secara bersemuka. Kaedah ini digunakan memandangkan UPA tidak mempunyai pangkalan data berhubung dengan graduan UTM yang telah menceburi bidang keusahawanan. Jadual 4.1 menunjukkan taburan latar belakang usahawan merangkumi jantina, umur sewaktu memulakan perniagaan, taraf pendidikan, jurusan yang diambil dan sesi kemasukan ke UTM.

Latar Belakang Usahawan	Bil	%
Jantina Lelaki Perempuan	49 2	92.5 7.5
Umur Semasa Memulakan Perniagaan 20 tahun dan ke bawah 21 hingga 30 tahun 31 hingga 40 tahun 41 hingga 50 tahun 51 tahun dan ke atas	1 21 17 10 1	1.9 39.6 32.1 24.5 1.9
Taraf Pendidikan Diploma Ijazah Sarjana Muda Ijazah Sarjana	6 43 1	11.3 81.1 7.5
Jurusan Yang Diambil Semasa Di UTM Kejuruteraan Sains Komputer Pengurusan Lain-Lain	25 17 7 4	47.2 32.1 13.2 7.5
Sesi (Tahun) Kemasukan ke UTM 1960-1969 1970-1979 1980-1989 1991-1999 2000	9 20 9 13 2	17.0 37.7 17.0 24.5 3.8

Jadual 4.1: Latar Belakang Responden

Daripada keseluruhan responden, majoriti daripada mereka adalah lelaki iaitu seramai 49 orang (92.5%). Kurangnya usahawan wanita mungkin disebabkan oleh kesukaran wanita menjadi seorang usahawan yang berjaya kerana kebimbangan mereka tentang

berlaku konflik di antara peranan sebagai ibu dan isteri di rumah dengan peranan mereka sebagai usahawan (Zafir dan Fazilah, 2003).

Seterusnya, analisis mendapati seramai 21 orang responden (39.6%) berumur dalam lingkungan 21 hingga 30 semasa memulakan perniagaan, seramai 17 orang (32.1%) yang berumur dalam lingkungan 31 hingga 40 dan seramai 10 orang (24.5%) dalam lingkungan 41 hingga 50 tahun. Manakala hanya seorang sahaja usahawan yang memulakan perniagaan mereka semasa berumur di bawah 20 tahun dan seorang juga yang berumur melebihi 51 tahun. Analisis ini mendapati seorang usahawan yang berumur 20 tahun tersebut, telah memulakan perniagaannya semasa masih belajar di UTM lagi. Selain itu, majoriti graduan UTM memulakan perniagaan dalam lingkungan umur di bawah 40 tahun.

Analisis juga menunjukkan majoriti usahawan iaitu seramai 43 orang (81.1%) mempunyai tahap pendidikan peringkat ijazah sarjana muda. Manakala seramai 6 orang (11.3%) usahawan di peringkat diploma dan selebihnya di peringkat ijazah sarjana. Ini menunjukkan bahawa graduan yang menjadi usahawan memiliki tahap pelajaran di peringkat sarjana muda.

Seramai 25 orang (47.2%) pula merupakan bekas pelajar jurusan kejuruteraan semasa belajar di UTM. Manakala 17 orang (32.1%) daripada jurusan sains komputer, seramai tujuh orang (13.2%) daripada jurusan pengurusan dan empat orang (7.5%) daripada jurusan yang lain. Ini menunjukkan bahawa pelajar yang selain dari bidang pengurusan dan perniagaan yang tidak mempunyai asas perniagaan semasa belajar di UTM lebih berminat menjadi usahawan dan menceburi bidang tersebut.

Analisis juga mendapati seramai sembilan (17.0%) orang responden memasuki UTM pada tahun antara 1960 hingga 1969, seramai 20 orang (37.7%) pada tahun 1970 hingga 1969, seramai sembilan orang pada tahun 1980 hingga 1989 dan seramai 13 orang antara tahun 1991 hingga 1999.

4.3 Profil Syarikat

Bahagian ini menyatakan keperihalan profil syarikat usahawan yang berkaitan dengan item-item tahun penubuhan syarikat, bilangan tahun syarikat beroperasi, struktur perniagaan, sektor perniagaan dan perniagaan yang dijalankan samada berasaskan teknologi ataupun tidak.

4.3.1 Tahun Penubuhan Syarikat Mengikut Sesi Kemasukan ke UTM

Berdasarkan jadual 4.2, kebanyakan responden memulakan perniagaan dalam tahun 1990-an iaitu seramai 30 orang (56.6%). Daripada jumlah tersebut, seramai 13 orang responden adalah bekas pelajar sesi kemasukan 1970 hingga 1979. Ini menunjukkan bahawa responden mengambil masa 10 tahun selepas menamatkan pelajaran di UTM untuk membuka perniagaan mereka sendiri.

Jadual 4.2 : Taburan Tahun Penubuhan Syarikat Mengikut Sesi Kemasukan ke UTM

Sesi Kemasukan		Tahun Penubuhan Syarikat				Jumlah	
		1970-1979	1980-1989	1990-1999	2000 ke atas	Bil.	%
1960-1969		1	1	7	-	9	17.0
1970-1979		1	5	13	1	20	37.7
1980-1989		-	1	8	-	9	17.0
1991-1999		-	-	1	12	13	24.5
2000		-	-	1	1	2	3.8
Jumlah	Bil	2	7	30	14	53	100
	%	3.8	13.2	56.6	26.4	100	-

4.3.2 Bilangan Tahun Syarikat Telah Beroperasi

Jadual 4.3 : Taburan Tahun Beroperasi

Tahun Beroperasi	Bilangan	%
6 tahun dan ke bawah	25	47.2

7 - 15 tahun	23	43.4
16 - 24 tahun	3	5.7
25 tahun dan ke atas	2	3.8
Jumlah	53	100

Berdasarkan Jadual 4.3, seramai 20 orang (47.6%) usahawan telah membuka syarikat dalam tempoh 7 hingga 15 tahun yang lepas, manakala 17 orang (40.5%) usahawan memulakan operasi syarikat mereka enam tahun lepas dan hingga kini. Selain itu, terdapat 3 orang (7.1%) yang memulakan perniagaan dalam tempoh 16 hingga 24 tahun yang lepas dan terdapat dua orang (4.8%) yang telah beroperasi selama lebih daripada suku abad.

4.3.1 Struktur Pemilikan Syarikat

Berdasarkan Jadual 4.4, kebanyakan usahawan iaitu seramai 30 orang (56.6%) menyatakan mereka menjalankan perniagaan secara Pengkongsian. Manakala seramai 13 orang (24.5%) menjalankan perniagaan secara Syarikat Sendirian Berhad dan seramai 10 orang (18.9%) secara perseorangan. Jenis pemilikan Pengkongsian dan Sendirian Berhad dipilih kerana ianya mempunyai banyak kelebihan berbanding pemilikan secara perseorangan. Ini kerana, sebarang risiko kegagalan dapat ditanggung bersama disamping boleh membuka syarikat lain jika perkara yang tidak diingini berlaku terhadap syarikat yang ditubuhkan.

Jadual 4.4 : Taburan Jenis Pemilikan Syarikat

Pemilikan Syarikat	Bilangan	%
Perseorangan	10	18.9
Pengkongsian	30	56.6
Syarikat Sdn. Bhd.	13	24.5
Jumlah	53	100.0

4.3.4 Sektor Perniagaan

Jadual 4.5 menunjukkan taburan sektor perniagaan yang diceburi oleh kumpulan usahawan yang dikaji. Majoriti usahawan iaitu seramai 41 orang (77.4%) menyatakan mereka terlibat dalam sektor perkhidmatan, seramai lima orang dalam sektor pembuatan dan seramai tiga orang (5.7%) usahawan pula dalam sektor pembinaan. Manakala seramai tiga orang (4.8 %) dalam sektor lain.

Sektor Perniagaan	Bilangan	%
Pembuatan	5	9.4
Perkhidmatan	41	77.4
Pembinaan	4	7.5
Lain-lain	3	5.7
Jumlah	53	100.0

4.3.5 Perniagaan Berasaskan Teknologi

Jadual 4.6 menunjukkan majoriti usahawan iaitu seramai 50 orang (94.3%) menyatakan bahawa perniagaan mereka berasaskan teknologi manakala hanya tiga orang (5.7%) usahawan yang menyatakan perniagaan mereka tidak berasaskan teknologi. Ini menunjukkan bahawa graduan UTM memilih untuk menubuhkan perniagaan yang berasaskan teknologi sekaligus membuktikan UTM mampu untuk melahirkan tekno-usahawan dikalangan pelajar-pelajarnya.

Jadual 4.6: Perniagaan Berasaskan Teknologi

Berasaskan Teknologi	Bilangan	%
Ya	50	94.3
Tidak	3	5.7
Jumlah	53	100.0

4.3.6 Modal Permulaan

Berdasarkan Jadual 4.7, keseluruhan responden memulakan perniagaan dengan sejumlah modal di bawah RM 250,000.00. Terdapat 17.0% usahawan yang memulakan modal kurang daripada RM1000. Ini menunjukkan modal mereka pada tahun pertama amat kecil. Pencapaian peningkatan antara modal tahun pertama dengan tahun semasa dapat dilihat pada subseksyen 4.5.1.

Jadual 4.7: Taburan Modal Pada Tahun Permulaan Perniagaan

Jumlah Modal Pelaburan di Awal Perniagaan	Bilangan	%
Kurang RM1,000.00	9	17.0
RM1,000 - 9,999.99	8	15.1
RM10,000 - 24,999.99	7	13.2
RM25,000 - 49,999.99	12	22.6
RM50,000 - 99,999.99	12	22.6
RM100,000 - 249,999.99	5	9.4
RM250,000 - 499,999.99	-	-
RM500,000 - 999,999.99	-	-
RM1,000,000.00 - 1,499,999.99	-	-
RM 1,500,00.00 - 1,999,999.99	-	-
RM 2,000,00.00 - 2,499,999.99	-	-
Jumlah	42	100.0

4.3.7 Modal Kini

Jadual 4.8 pula menunjukkan jumlah pelaburan modal pada tahun semasa. Hampir semua peringkat modal dimiliki oleh usahawan. Jumlah pelaburan modal tahun semasa yang paling rendah adalah kurang daripada RM1000 dan paling tinggi berjumlah RM2,000,000 hingga RM2,449,999. Ini menunjukkan peningkatan yang

memberangsangkan kerana daripada jadual 4.11, modal tahun pertama responden hanyalah kurang daripada RM250,000.

Jadual 4.8 : Taburan Modal Pada Tahun Semasa Perniagaan

Jumlah Modal Pelaburan di Tahun Semasa Perniagaan	Bilangan	%
Kurang RM1,000.00	1	1.9
RM1,000 - 9,999.99	6	11.3
RM10,000 - 24,999.99	4	7.5
RM25,000 - 49,999.99	6	11.3
RM50,000 - 99,999.99	3	5.7
RM100,000 - 249,999.99	10	18.9
RM250,000 - 499,999.99	12	22.6
RM500,000 - 999,999.99	5	9.4
RM1,000,000.00 - 1,499,999.99	2	3.8
RM 1,500,00.00 - 1,999,999.99	1	1.9
RM 2,000,00.00 - 2,499,999.99	3	5.7
Jumlah	53	100.0

4.3.8 Nilai Jualan atau Kontrak Diperolehi Pada Tahun Permulaan

Jadual 4.9 menunjukkan taburan jualan responden pada tahun pertama. Daripada keseluruhan 53 orang usahawan, seramai masing-masing 11 orang (20.8%) mempunyai jumlah jualan antara RM50,000 - 99,999.99 dan RM250,000 hingga RM449,999. Ini menunjukkan bahawa mereka dapat menyeimbangkan jumlah jualan modal permulaan pada tahun pertama mereka memulakan perniagaan. Selain itu, terdapat seramai lima orang (9.4%) yang memiliki jualan pada tahun pertama melebihi RM1,000,000. Pencapaian peningkatan antara nilai jualan tahun pertama dengan tahun semasa dapat dilihat pada subseksyen 4.5.2.

Jadual 4.9 : Taburan Jualan Pada Tahun Permulaan Perniagaan

Jumlah Jualan di Awal Perniagaan	Bilangan	%
Kurang RM1,000.00	1	1.9
RM1,000 - 9,999.99	10	18.9
RM10,000 - 24,999.99	4	7.5
RM25,000 - 49,999.99	5	9.4
RM50,000 - 99,999.99	11	20.8
RM100,000 - 249,999.99	5	9.4
RM250,000 - 499,999.99	11	20.8
RM500,000 - 999,999.99	1	1.9
RM1,000,000.00 - 1,499,999.99	3	5.7
RM 1,500,00.00 - 1,999,999.99	1	1.9
RM 2,000,00.00 - 2,499,999.99	1	1.9
Jumlah	53	100.0

4.3.9 Nilai Jualan atau Kontrak Diperolehi Pada Tahun Semasa

Berdasarkan Jadual 4.10, didapati jumlah jualan antara RM250,000 hingga 499,999.99 tetap merupakan nilai yang dimiliki oleh ramai usahawan. Tetapi, peningkatan dapat dilihat daripada nilai jualan antara RM 2,000,00.00 hingga 2,499,999.99 yang dimiliki oleh lapan orang usahawan. Di samping itu, terdapat dua orang usahawan yang memiliki jumlah jualan kurang daripada RM 1,000.

Jadual 4.10 : Taburan Jualan Pada Tahun Semasa Perniagaan

Jumlah Jualan di Tahun Semasa Perniagaan	Bilangan	%
Kurang RM1,000.00	2	3.8
RM1,000 - 9,999.99	5	9.4
RM10,000 - 24,999.99	1	1.9
RM25,000 - 49,999.99	5	9.4
RM50,000 - 99,999.99	5	9.4
RM100,000 - 249,999.99	2	3.8
RM250,000 - 499,999.99	11	20.8
RM500,000 - 999,999.99	7	13.2
RM1,000,000.00 - 1,499,999.99	6	11.3
RM 1,500,00.00 - 1,999,999.99	1	1.9
RM 2,000,00.00 - 2,499,999.99	8	15.1
Jumlah	53	100

4.3.10 Aset Permulaan

Jadual 4.11 menunjukkan ke semua usahawan memiliki aset permulaan di bawah RM250,000. Manakala nilai antara RM25,000 hingga 49,999.99 merupakan nilai aset yang paling ramai dimiliki oleh usahawan iaitu sebanyak 32.1% daripada keseluruhan usahawan. Pencapaian peningkatan antara jumlah aset pada tahun pertama dengan tahun semasa dapat dilihat pada subseksyen 4.5.3.

Jadual 4.11 : Taburan Nilai Aset Pada Tahun Permulaan Perniagaan

Jumlah Aset di Awal Perniagaan	Bilangan	%
Kurang RM1,000.00	5	9.4
RM1,000 - 9,999.99	10	18.9
RM10,000 - 24,999.99	12	22.6
RM25,000 - 49,999.99	17	32.1
RM50,000 - 99,999.99	6	11.3
RM100,000 - 249,999.99	3	5.7
RM250,000 - 499,999.99	-	-
RM500,000 – 999,999.99	-	-
RM1,000,000.00 - 1,499,999.99	-	-
RM 1,500,00.00 - 1,999,999.99	-	-
RM 2,000,00.00 - 2,499,999.99	-	-
Jumlah	53	100.0

4.3.10 Aset Kini

Berdasarkan Jadual 4.12 pula mendapati seramai 15 orang daripada keseluruhan usahawan memiliki aset semasa antara RM250,000 hingga 499,999.99. Terdapat juga dua orang usahawan yang memiliki aset lebih daripada RM2,500,000. Ini menunjukkan bahawa terdapat usahawan daripada graduan UTM mempunyai perniagaan yang besar dan kukuh.

Jadual 4.12 : Taburan Nilai Aset Pada Tahun Semasa Perniagaan

Jumlah Aset di Tahun Semasa Perniagaan	Bilangan	%
Kurang RM1,000.00	-	-
RM1,000 - 9,999.99	4	7.5
RM10,000 - 24,999.99	5	9.4
RM25,000 - 49,999.99	4	7.5
RM50,000 - 99,999.99	4	7.5
RM100,000 - 249,999.99	11	20.8
RM250,000 - 499,999.99	15	28.3
RM500,000 - 999,999.99	6	11.3
RM1,000,000.00 - 1,499,999.99	2	3.8
RM1,500,00.00 - 1,999,999.99	-	-
RM2,000,00.00 - 2,499,999.99	-	-
Lebih daripada RM 2,500,000.00	2	3.8
Jumlah	53	100.0

4.4 Faktor Pendorong Usahawan

Bahagian ini menyatakan keperihalan tahap faktor-faktor pendorong usahawan dari aspek latar belakang responden, motivasi, sikap dan kemahiran. Tahap tinggi menunjukkan bahawa usahawan amat bersetuju bahawa faktor pendorong tersebut amat merupakan faktor penting yang mendorong mereka menceburi bidang keusahawanan. Manakala tahap sederhana pula menunjukkan bahawa faktor tersebut tidak begitu penting dalam mempengaruhi mereka untuk menjadi seorang usahawan. Seterusnya, tahap rendah dapat menerangkan bahawa faktor pendorong tersebut bukan merupakan faktor pendorong mereka menceburi bidang ini. Julat bagi setiap faktor pendorong dapat dilihat dalam seksyen 3.6.

4.4.1 Faktor Latar Belakang Usahawan

Jadual 4.13 menunjukkan hanya tiga orang (5.7%) daripada keseluruhan 53 orang responden menyatakan bahawa faktor latar belakang usahawan mempengaruhi mereka dalam membuat keputusan untuk menjadi seorang usahawan. Manakala, sembilan orang usahawan (17.0%) pula menunjukkan faktor ini tidak begitu penting bagi mereka untuk menceburi bidang ini. Majoriti usahawan iaitu seramai 41 orang (77.4%) berpendapat bahawa faktor latar belakang seperti keluarga dan akademik tidak memberikan sebarang impak dalam mempengaruhi mereka menjadi seorang usahawan. Hasil ini menolak dapatan Schumpeter (1962) yang menyatakan bahawa keusahawanan tidak akan berkembang dengan sendirinya, tetapi dengan penyesuaian faktor seperti penggabungan keluarga. Walau bagaimanapun, dapatan Hisrich dan Brush (1986) menyamai kajian ini yang mendapati bahawa faktor latar belakang keluarga kurang memberikan kesan kepada keusahawanan. Daripada analisis min yang dilakukan, aspek usahawan didedahkan dengan dunia perniagaan sejak kecil lagi mempunyai skor min terendah iaitu 1.26 (Rujuk Lampiran B). Seterusnya, diikuti oleh pengalaman usahawan ketika membantu keluarga menjalankan perniagaan menjadikan minat yang lebih mendalam untuk ceburi bidang perniagaan pula mempunyai min skor sebanyak 1.58. Ini juga mengukuhkan bukti bahawa, faktor latarbelakang keluarga kurang memainkan peranan penting dalam mendorong responden untuk menjadi seorang usahawan.

Jadual 4.13: Faktor Latar Belakang Keluarga Usahawan

Faktor Latar Belakang Usahawan	Bilangan	%
Tinggi	3	5.7
Sederhana	9	17.0
Rendah	41	77.4
Jumlah	53	100.0

4.4.2 Faktor Motivasi

Jadual 4.14: Faktor Motivasi

Faktor Motivasi	Bilangan	%
Tinggi	30	56.6
Sederhana	22	41.5
Rendah	1	1.9
Jumlah	53	100.0

Rajah 4.14 menunjukkan seramai 30 orang usahawan (56.6%) bersetuju bahawa faktor motivasi amat mempengaruhi mereka untuk menjadi seorang usahawan. Manakala seramai 22 orang (41.5%) yang kurang bersetuju dan menyatakan bahawa faktor motivasi tidak terlalu penting dalam mempengaruhi mereka dalam menceburi bidang ini dan hanya seorang sahaja (1.9%) daripada keseluruhan responden yang berpendapat faktor ini bukan merupakan faktor pendorongnya untuk menjadi seorang usahawan. Hasil ini telah menyokong banyak dapatan daripada kajian terdahulu seperti Johnson (1990), Shaver dan Scott (1991), Jacobson (1993), Wells (1994) dan lain-lain lagi yang menyatakan bahawa faktor yang mendorong seseorang itu menjadi usahawan adalah disebabkan oleh faktor motivasi yang terdapat dalam diri mereka. Seterusnya, analisis min mendapati bahawa di dalam faktor pendorong motivasi, aspek yang mempunyai skor min tertinggi ialah keinginan usahawan untuk mengaut keuntungan yang lebih besar dan lumayan dan pandangan usahawan yang bersetuju bahawa golongan miskin selalu dipandang rendah oleh orang lain dengan masing-masing mempunyai skor min sebanyak 3.60. Skor min yang tinggi ini jelas menunjukkan bahawa faktor motivasi mendorong mereka untuk menjadi seorang usahawan.

4.4.3 Faktor Sikap

Jadual 4.15 menunjukkan bahawa hampir keseluruhan usahawan iaitu seramai 48 orang (90.6%) amat bersetuju bahawa faktor sikap merupakan faktor pendorong mereka untuk menjadi seorang usahawan. Seterusnya, hanya empat orang (7.5%) kurang bersetuju dan seorang (1.9%) menyatakan bahawa faktor ini bukan faktor pendorong utamanya untuk menceburkan diri dalam bidang keusahawanan. Dapatan ini menyamai dengan beberapa kajian lepas seperti Shaver dan Schere (1982), Charles Banfe (1991), Hisrich dan Peters (1995) dan lain-lain lagi yang bersetuju bahawa faktor sikap amat mempengaruhi seseorang untuk menjadi seorang usahawan. Bagi analisis min pula kajian mendapati aspek ingin tahu terhadap peristiwa-peristiwa yang berlaku sekarang mempunyai skor min yang tertinggi iaitu sebanyak 3.74 (Rujuk Lampiran B). Manakala, aspek berikutnya yang mempunyai min skor sebanyak 3.72 ialah kesanggupan usahawan mengorbankan masa demi mengembangkan perniagaan mereka. Dapatan ini telah menyokong Dyer (1992) yang berpendapat bahawa usahawan berjaya perlu berkebolehan menyelesaikan masalah secara relatif.

Jadual 4.15: Faktor Sikap

Faktor Sikap	Bilangan	%
Tinggi	48	90.6
Sederhana	4	7.5
Rendah	1	1.9
Jumlah	53	100

4.4.4 Faktor Kemahiran

Dapatan bagi faktor kemahiran pada jadual 4.16 pula menunjukkan bahawa majoriti usahawan seramai 46 orang (86.8%) amat bersetuju bahawa faktor kemahiran menjadi faktor pendorong mereka dalam menjadi seorang usahawan. Manakala enam orang (11.3%) daripada keseluruhan 53 orang usahawan pula kurang bersetuju dan hanya seorang (1.9%) yang berpendapat faktor tersebut bukan merupakan faktor pendorong baginya untuk menceburkan diri dalam bidang keusahawanan. Dapatan ini menyokong

penyataan yang telah dibuat oleh Mohamed (1996) yang mendapati bahawa kemahiran berperanan menjadikan seseorang usahawan itu berfikiran positif dalam sesuatu usaha perniagaan yang dilakukan. Analisis skor min pula mendapati bahawa bagi usahawan, pengalaman pernah bekerja dengan orang lain sebelum memulakan perniagaan sendiri memberikan skor min sebanyak 3.74. Berikutnya, usahawan mendapati bahawa kemahiran mengira dan menguruskan kewangan syarikat merupakan pemangkin kejayaan dengan skor min sebanyak 3.70 (Rujuk Lampiran B).

Jadual 4.16: Faktor Kemahiran

Faktor Kemahiran	Bilangan	%
Tinggi	46	86.8
Sederhana	6	11.3
Rendah	1	1.9
Jumlah	53	100.0

4.5 Pencapaian Usahawan Dalam Peningkatan Jumlah Modal, Jualan dan Aset

4.5.1 Peningkatan Pelaburan Modal

Jadual 4.17 menunjukkan taburan pelaburan modal bagi setiap usahawan pada tahun semasa berbanding tahun permulaan perniagaan. Dapatan kajian menunjukkan seramai tiga orang usahawan (5.7%) tidak menunjukkan peningkatan jumlah pelaburan modal perniagaan mereka berbanding dengan tahun permulaan perniagaan. Manakala seramai 50 orang usahawan (94.3%) menyatakan jumlah pelaburan perniagaan mereka meningkat pada tahun semasa. Terdapat tiga orang yang mempunyai peningkatan pelaburan modal semasa yang bernilai lebih daripada RM2.5 juta. Seorang daripadanya memiliki pelaburan modal tahun pertama hanya kurang daripada RM10,000. Ini menunjukkan satu peningkatan yang amat besar dan sesuatu yang positif sebagai pengajaran kepada usahawan lain. Peningkatan pelaburan modal pada tahun semasa yang paling ramai dicapai oleh usahawan ialah pada sekitar RM100,000.00 hingga RM449,999.00. Seramai 22 orang (41.6%) mencapai peningkatan tersebut. Dapatan ini

memberikan gambaran secara puratanya, usahawan graduan UTM mempunyai peningkatan yang hampir sama.

Jadual 4.17: Bilangan Usahawan Dalam Peningkatan Pelaburan Modal Tahun Semasa

Pelaburan Modal Pada Tahun Semasa Perniagaan	Selang Pelaburan Modal Pada Tahun Permulaan Perniagaan	Bil. Usahawan	
		Bil	%
Tiada peningkatan	Kurang RM1000 RM50,000 - RM99,999	3	5.7
RM1,000 - RM9,999	Kurang 1,000	6	11.3
RM10,000 – RM24,999	RM1,000 - RM9,999	4	7.5
RM25,000 -RM49,999	Kurang 1,000 RM10,000 - 24,999.99	6	11.3
RM50,000 - 99,999	RM25,000 - RM49,999	2	3.8
RM100,000 - RM249,999.99	RM10,000 - 24,999.99 RM25,000- RM49,999 RM50,000 - RM99,999	10	18.9
RM250,000 - RM449,999.99	RM1,000 - RM9,999 RM25,000 - RM49,999 RM50,000 - RM99,999 RM100,000 - 249,999.99	12	22.7
RM500,000 - RM999,999	RM1,000 – RM9,999 RM25,000 - RM49,999 RM100,000 - RM249,999	5	9.5
RM1.0 juta - RM1.49 juta	RM25,000 - RM49,999 RM100,000 - 249,999.99	2	3.8
RM1.5 juta - RM1.9 juta	RM50,000 - RM99,999	1	1.9
Lebih daripada RM2.5 juta	RM1,000 - RM9,999 RM25,000 - RM49,999 RM50,000 - RM99,999	3	5.7
	Jumlah	53	100

4.5.2 Peningkatan Jumlah Jualan

Jadual 4.18: Bilangan Usahawan Dalam Peningkatan Jumlah Jualan Kasar Tahun Semasa

Jumlah Jualan Kasar Pada Tahun Semasa Perniagaan	Jumlah Jualan Kasar Pada Tahun Permulaan Perniagaan	Bil.Usahawan	
		Bil	%
Tiada peningkatan	RM1,000 - RM9,999 RM250,000 - RM449,999.99 RM500,000 - RM999,999 Lebih daripada RM2.5 juta	4	7.6
RM1,000 - RM9,999	Kurang RM1,000	1	1.9
RM10,000 - RM24,999	RM1,000 - RM9,999	5	9.4
RM25,000 - RM49,999	RM1,000 - RM9,999	1	1.9
RM50,000 - 99,999	RM1,000 - RM9,999 RM10,000 - RM24,999 RM25,000 - RM49,999	5	9.4
RM100,000 - RM249,999.99	RM1,000 - RM9,999 RM25,000 - RM49,999 RM50,000 - RM99,999	5	9.4
RM250,000 - RM449,999.99	RM50,000 - RM99,999	1	1.9
RM500,000 - RM999,999	RM50,000 - RM99,999 RM100,000 - 249,999.99 RM250,000 - RM449,999.99	10	18.9
RM1.0 juta - RM1.49 juta	RM10,000 - RM24,999 RM50,000 - RM99,999 RM250,000 - RM449,999.99	7	13.2
RM1.5 juta - RM1.99 juta	RM100,000 - 249,999.99 RM250,000 - RM449,999.99 RM1.0 juta - RM1.49 juta	6	11.4
RM 2 juta - RM2.49 juta	RM1,000 - RM9,999	1	1.9
Lebih daripada RM2.5 juta	RM25,000 - RM49,999 RM250,000 - RM449,999.99 RM1.0 juta - RM1.49 juta RM1.5 juta - RM1.99 juta	7	13.2
	Jumlah	53	100

Jadual 4.18 menunjukkan taburan jumlah peningkatan jualan kasar atau nilai kontrak yang diperolehi oleh setiap usahawan pada tahun semasa berbanding dengan tahun permulaan perniagaan. Seramai 49 orang usahawan (92.45%) menunjukkan peningkatan dalam jumlah jualan kasar atau nilai kontrak yang diperolehi pada tahun semasa perniagaan dan seramai empat orang (7.6%) tidak menunjukkan peningkatan jualan. Walaupun tiada peningkatan, terdapat masing-masing seorang yang mempunyai jumlah jualan pada tahun pertama mereka yang tinggi iaitu antara RM250,000 hingga RM499,999, RM500,000 hingga RM999,999 dan lebih daripada RM2.5 juta. Jumlah jualan pada tahun pertama yang tinggi menunjukkan syarikat mereka berada pada tahap yang konsisten. Seterusnya, peningkatan jumlah jualan kepada RM2.5 juta ke atas juga amat memberangsangkan. Ini menunjukkan perniagaan yang diusahakan oleh usahawan semakin berkembang maju.

4.5.3 Peningkatan Nilai Aset

Jadual 4.19 menunjukkan taburan jumlah peningkatan nilai aset yang diperolehi oleh setiap usahawan pada tahun semasa berbanding dengan tahun permulaan perniagaan. Seramai 50 orang (94.34%) menunjukkan peningkatan dalam nilai aset yang dimiliki dan tiga orang (5.66%) tidak menunjukkan sebarang peningkatan nilai aset. Hasil kajian mendapati, peningkatan jumlah aset dalam lingkungan RM100,000 hingga RM499,999 paling banyak dicapai oleh usahawan (49.06%) pada tahun semasa. Selain itu, seorang usahawan telah menunjukkan peningkatan yang amat besar kerana aset pada tahun pertamanya kurang daripada RM1,000 berbanding dengan aset kini yang bernilai lebih daripada RM2.5 juta. Daripada analisis mendapati usahawan ini memulakan perniagaan pada tahun 1995 dengan membuka syarikat konsultannya.

Jadual 4.19 : Bilangan Usahawan Dalam Peningkatan Nilai Aset Tahun Semasa

Jumlah Nilai Aset Pada Tahun Semasa Perniagaan	Jumlah Nilai Aset Pada Tahun Permulaan Perniagaan	Bil.Usahawan	
		Bil	%
Tiada peningkatan	RM1,000 - RM9,999 RM25,000 - RM49,999	3	5.7
RM10,000 - RM24,999	Kurang RM1,000 RM1,000 - RM9,999	5	9.4
RM25,000 - RM49,999	RM1,000 - RM9,999 RM10,000 - RM24,999	3	5.7
RM50,000 - 99,999	RM25,000 - RM49,999	4	7.5
RM100,000 - RM249,999.99	Kurang RM1,000 RM1,000 - RM9,999 RM10,000 - RM24,999 RM50,000 - RM99,999 RM50,000 - 99,999	11	20.8
RM250,000 - RM449,999.99	RM10,000 - RM24,999 RM25,000 - RM49,999 RM50,000 - RM99,999 RM100,000 - RM249,999.99	15	28.3
RM500,000 - RM999,999	RM1,000 - RM9,999 RM25,000 - RM49,999 RM100,000 - RM249,999.99	6	11.3
RM1.0 juta - RM1.49 juta	RM50,000 - RM99,999		
Lebih daripada RM2.5 juta	Kurang RM1,000 RM10,000 - RM24,999	2	3.8
	Jumlah	53	100

4.5.4 Taburan Bentuk Perubahan Semenjak Memulakan Perniagaan

Jadual 4.20 menunjukkan taburan bentuk perkembangan yang dilakukan oleh para usahawan semenjak mereka memulakan perniagaan. Di antara bentuk perubahan tersebut ialah penubuhan cawangan baru, keluaran atau kegiatan baru, perniagaan

atau jentera baru dan teknik pemasaran baru. Seramai 31 orang (58.5%) daripada keseluruhan 53 orang usahawan menyatakan bahawa mereka membuat keluaran atau kegiatan baru. Seramai 30 orang (56.6%) telah menubuhkan unit atau cawangan baru. Seterusnya, seramai 28 orang (52.8%) usahawan membuat menggunakan teknik pemasaran baru dan seramai 27 orang (50.9%) pula menyatakan bahawa mereka menambah alat jentera yang baru atau mengadakan bentuk perniagaan yang baru. Ini menunjukkan hampir setengah daripada usahawan-usahawan membuat perubahan dalam perniagaan mereka dengan bentuk perubahan yang bersesuaian dengan jenis perniagaan masing-masing.

Jadual 4.20: Bentuk Perubahan Semenjak Penubuhan Perniagaan

Bentuk Perubahan	Buat Perubahan		Tiada		Jumlah	
	Bil.	%	Bil.	%	Bil.	%
Menubuhkan Unit / Cawangan Baru	30	56.6	23	43.3	53	100
Adakan Alat Jentera atau Perniagaan Baru	27	50.9	26	49.1	53	100
Membuat Keluaran atau Kegiatan Baru	31	58.5	22	41.5	53	100
Memperkenalkan Teknik Pemasaran Baru	28	52.8	25	47.2	53	100
Lain-lain bentuk perubahan	-	-	-	-	-	-

4.5.5 Taburan Masalah Membayar Balik Pinjaman Modal Permulaan

Jadual 4.21 menunjukkan taburan masalah membayar semula pinjaman modal permulaan. Daripada 53 orang usahawan seramai lima orang usahawan (9.4%) sahaja yang menyatakan mereka mempunyai masalah bagi membayar kembali modal permulaan perniagaan. Manakala majoriti usahawan seramai 48 orang (90.6%) menyatakan mereka tidak mempunyai sebarang masalah dalam membayar kembali modal permulaan yang dipinjam untuk menubuhkan perniagaan mereka.

Jadual 4.21: Masalah Membayar Balik Pinjaman Modal Permulaan

Perkara	Jumlah Usahawan	
	Bil.	%
Mempunyai Masalah Membayar Balik Pinjaman Modal Permulaan	5	9.4
Tidak Mempunyai Masalah Membayar Balik Pinjaman Modal Perniagaan	48	90.6
Jumlah	53	100.0

4.6 Pencapaian Usahawan Dalam Aspek Pelaburan Modal, Nilai Jualan Kasar dan Nilai Aset Usahawan

Bahagian ini menghuraikan pencapaian usahawan dalam jumlah pelaburan modal, nilai jualan kasar atau nilai kontrak yang diperolehi dan nilai aset usahawan mengikut demografi dan profil syarikat usahawan.

4.6.1 Pencapaian Usahawan Dalam Aspek Pelaburan Modal Mengikut Demografi dan Profil Syarikat

Bahagian ini membincangkan pencapaian usahawan dalam aspek pelaburan modal mengikut demografi dan profil syarikat usahawan. Perbincangan terbahagi kepada dua bahagian. Bahagian pertama membincangkan pencapaian usahawan mengikut demografi dan bahagian kedua membincangkan pencapaian usahawan mengikut profil syarikat.

4.6.1.1 Pencapaian Usahawan Dalam Aspek Jumlah Modal Mengikut Demografi - Jurusan Yang Di Ambil Semasa Belajar Di UTM

Jadual 4.22 menunjukkan usahawan yang mempunyai pencapaian rendah dalam peningkatan pelaburan modal terdiri daripada graduan yang telah mengambil jurusan sains komputer semasa belajar di UTM dengan min skor sebanyak 1.24. Manakala, pencapaian yang agak tinggi dengan skor min sebanyak 3.28 adalah daripada usahawan yang telah mengambil kursus kejuruteraan. Ini menunjukkan bahawa usahawan yang mengambil kursus kejuruteraan mempunyai pencapaian yang lebih baik berbanding dengan usahawan yang mengambil kursus seperti Sains Komputer, Pengurusan dan lain-lain.

Jadual 4.22: Pencapaian Usahawan Dalam Pelaburan Modal Mengikut Peringkat Jurusan

Jurusan	Skor Min Tahap Pencapaian
Kejuruteraan	3.28
Pengurusan	2.29
Lain-Lain	2.25
Sains Komputer	1.24
Jumlah	2.42

4.6.1.2 Pencapaian Usahawan Dalam Aspek Jumlah Modal Mengikut Profil Syarikat-Jenis Perniagaan Yang Diceburi

Jadual 4.23: Pencapaian Usahawan Dalam Pelaburan Modal Mengikut Jenis Perniagaan

Jenis Perniagaan	Skor Min Tahap Pencapaian
Perkhidmatan	2.80
Pembinaan	1.25
Pembuatan	1.00
Lain-lain	1.00
Jumlah	2.42

Jadual 4.23 menunjukkan tahap pencapaian usahawan dalam pelaburan modal mengikut jenis perniagaan. Secara puratanya, min skor tahap pencapaian modal usahawan bagi setiap jenis perniagaan adalah rendah. Usahawan yang menceburkan diri dalam sektor perkhidmatan mempunyai pencapaian yang lebih tinggi berbanding dengan usahawan lain yang mempunyai min skor sebanyak 2.80. Manakala, min skor bagi pencapaian usahawan dalam sektor pembinaan hanya 1.25 dan sektor pembuatan sebanyak 1.00.

4.6.2 Pencapaian Usahawan Dalam Aspek Jualan Mengikut Demografi dan Profil Syarikat Usahawan

Bahagian ini membincangkan pencapaian dalam aspek jualan usahawan mengikut demografi dan profil syarikat usahawan. Perbincangan terbahagi kepada dua bahagian. Bahagian pertama membincangkan pencapaian usahawan mengikut

demografi dan bahagian kedua membincangkan pencapaian usahawan mengikut profil syarikat.

4.6.2.1 Pencapaian Usahawan Dalam Aspek Jumlah Jualan Mengikut Demografi Usahawan -Jurusan Yang Di Ambil Semasa Belajar Di UTM

Jadual 4.24: Pencapaian Usahawan Dalam Aspek Jualan Kasar Mengikut Jurusan

Jurusan	Skor Min Tahap Pencapaian
Kejuruteraan	3.20
Pengurusan	2.71
Lain-Lain	2.00
Sains Komputer	1.82
Jumlah	2.60

Jadual 4.24 menunjukkan pula menunjukkan tahap pencapaian dalam aspek jumlah jualan mengikut jurusan yang diambil oleh usahawan semasa belajar di UTM. Pencapaian yang tinggi iaitu sebanyak 3.20 dimiliki oleh usahawan yang berkelulusan jurusan pengurusan. Manakala, graduan daripada lulusan jurusan sains komputer pula mempunyai pencapaian jumlah jualan yang paling rendah sebanyak 1.82. Ini menunjukkan bahawa, kemungkinan usahawan daripada jurusan pengurusan lebih berpengetahuan untuk menguruskan perniagaan dan jualan kerana mungkin mereka terdedah kepada subjek yang berkaitan dengan pengurusan organisasi, kewangan dan perniagaan semasa di UTM berbanding dengan pelajar bukan pengurusan.

4.6.2.2 Tahap Pencapaian Usahawan Dalam Aspek Jumlah Jualan Mengikut Profil Syarikat - Jenis Perniagaan Yang Diceburi

Jadual 4.25 menunjukkan tahap pencapaian usahawan dalam jualan kasar mengikut jenis perniagaan. Analisis mendapati usahawan daripada sektor perkhidmatan mempunyai pencapaian yang tinggi berbanding dengan sektor lain sebanyak 2.88. Manakala, pencapaian terendah adalah usahawan yang berada dalam sektor pembuatan dengan min skornya sebanyak 1.20. Ini menunjukkan bahawa usahawan yang menceburi sektor perkhidmatan mempunyai jumlah jualan yang lebih tinggi berbanding dengan sektor yang lain.

Jadual 4.25: Pencapaian Usahawan Dalam Aspek Jualan Kasar Mengikut Jenis Perniagaan

Jenis Perniagaan	Skor Min Tahap Pencapaian
Perkhidmatan	2.88
Pembinaan	2.50
Lain-lain	1.33
Pembuatan	1.20
Jumlah	2.60

4.6.3 Pencapaian Usahawan Daripada Jumlah Aset Mengikut Demografi dan Profil Syarikat

Bahagian ini membincangkan pencapaian usahawan daripada mengikut demografi dan profil syarikat usahawan. Perbincangan terbahagi kepada dua bahagian. Bahagian pertama membincangkan pencapaian usahawan mengikut demografi dan bahagian kedua membincangkan pencapaian usahawan mengikut profil syarikat.

4.6.3.1 Tahap Pencapaian Usahawan Dari Segi Jumlah Aset Mengikut Demografi - Jurusan Yang Di Ambil Semasa Belajar Di UTM

Jadual 4.26: Pencapaian Usahawan Dalam Jumlah Aset Mengikut Jurusan

Jurusan	Skor Min Tahap Pencapaian
Kejuruteraan	3.48
Lain-Lain	2.50
Pengurusan	2.00
Sains Komputer	1.88
Jumlah	2.70

Jadual 4.26 menunjukkan usahawan yang mengambil jurusan kejuruteraan semasa di UTM mempunyai tahap pencapaian dalam jumlah aset yang lebih tinggi berbanding dengan jurusan lain dengan min skor sebanyak 3.48. Pencapaian terendah pula dimiliki oleh usahawan yang mengambil jurusan sains komputer semasa belajar di UTM dengan min skor sebanyak 1.88. Ini menunjukkan pencapaian usahawan

daripada jurusan kejuruteraan mempunyai peningkatan yang mendahului agak jauh dengan usahawan lain. Mungkin ini disebabkan mereka lebih maju dan sentiasa mengembangkan perniagaan selaras dengan kemajuan teknologi negara dan mengaplikasikan teknologi yang telah dipelajarinya semasa di UTM.

4.6.3.2 Tahap Pencapaian Usahawan Daripada Aspek Jumlah Aset Mengikut Profil Syarikat-Jenis Perniagaan Yang Diceburi

Jadual 4.27: Pencapaian Usahawan Dalam Jumlah Aset Mengikut Jenis Perniagaan

Jenis Perniagaan	Skor Min Tahap Pencapaian
Perkhidmatan	3.05
Pembinaan	1.75
Pembuatan	1.60
Lain-lain	1.00
Jumlah	2.70

Jadual 4.27 pula menunjukkan tahap pencapaian jumlah aset yang dimiliki usahawan mengikut jenis perniagaan yang telah diceburi. Analisis mendapati, usahawan yang berada dalam sektor perkhidmatan mempunyai pencapaian yang lebih tinggi berbanding dengan usahawan dalam sektor lain sebanyak 3.05. Ini diikuti dengan sektor pembinaan dengan min skornya sebanyak 1.75. Pencapaian yang agak tinggi oleh usahawan dalam sektor perkhidmatan menunjukkan bahawa perniagaan mereka lebih berkembang dan maju berbanding dengan sektor lain.

4.7 Hubungan Faktor Pendorong Dengan Pencapaian Usahawan

Objektif kajian ini selanjutnya ialah untuk melihat hubungan antara setiap setiap faktor pendorong iaitu faktor latar belakang, sikap, motivasi dan kemahiran dengan pencapaian usahawan daripada aspek pelaburan modal, jualan kasar atau nilai kontrak perniagaan dan jumlah nilai aset yang diperolehi pada tahun semasa berbanding dengan tahun mereka memulakan perniagaan. Sehubungan dengan itu, *Guilford's Rule of Thumbs* (Uma Sekaran, 2003) digunakan bagi menginterpretasi hubungan yang wujud antara pembolehubah bersandar iaitu item-item pencapaian usahawan dengan pembolehubah bebas yang mengandungi faktor pendorong. Hubungan

korelasi dapat menunjukkan arah dan kekuatan hubungan yang wujud antara faktor pendorong dan pencapaian usahawan.

Berdasarkan Jadual 4.28, nilai pekali korelasi memberi gambaran mengenai kekuatan hubungan antara faktor pendorong dengan pencapaian usahawan. Umpamanya, pekali korelasi yang menghampiri nilai 1.0 menunjukkan terdapat hubungan korelasi positif yang sangat kuat manakala pekali korelasi yang menunjukkan nilai antara 0.01 hingga 0.30 menunjukkan terdapat hubungan korelasi yang positif tetapi lemah. Pekali korelasi yang mempunyai nilai positif menunjukkan terdapat hubungan langsung antara pemboleh ubah bebas dan bersandar. Sekiranya pekali korelasi menunjukkan nilai negatif maka hubungan antara pemboleh ubah bersandar dan bebas adalah merupakan hubungan yang songsang. Jadual 4.28 menunjukkan tafsiran umum korelasi.

Jadual 4.28 : Tafsiran Umum Korelasi

Pekali Korelasi	Tafsiran
< 0.20	Korelasi yang sangat lemah
0.20 hingga .40	Korelasi yang lemah
0.41 hingga 0.70	Korelasi yang sederhana
0.71 hingga 0.90	Korelasi yang kuat
0.90 hingga 1.00	Korelasi yang sangat kuat

Sumber: Guilford (1956) dalam Uma Sekaran (2003)

4.7.1 Hubungan Tiga Dimensi Pencapaian Usahawan Dengan Faktor Pendorong Faktor Latar Belakang

Bahagian ini melihat hubungan antara setiap dimensi pencapaian usahawan iaitu pelaburan modal, jumlah jualan kasar atau kontrak yang diperolehi dan jumlah aset yang dimiliki oleh usahawan dengan faktor pendorong usahawan.

Hipotesis 1: Faktor latar belakang merupakan faktor pendorong graduan UTM menceburi bidang keusahawanan.

4.7.1.1 Hubungan Peningkatan Jumlah Pelaburan Modal Dengan Faktor Latar Belakang

Hipotesis H_0 : Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara peningkatan jumlah pelaburan modal dengan faktor latar belakang

Jadual 4.29: Hubungan Jumlah Pelaburan Modal dengan Faktor Latar Belakang

Pencapaian	Faktor Latar Belakang	
Jumlah Pelaburan Modal	Korelasi (r_s)	Nilai p
	-0.162	0.245

Terdapat hubungan songsang yang sangat lemah ($r_s = -0.162$) bagi ujian dua hujung antara jumlah pelaburan modal dengan faktor latar belakang usahawan. Hipotesis nol gagal untuk ditolak kerana nilai $p = 0.245$ iaitu > 0.05 . Oleh itu, tiada hubungan yang wujud antara jumlah pelaburan dengan faktor pendorong latar belakang usahawan. Ini menunjukkan faktor latar belakang usahawan tidak mempengaruhi pencapaian jumlah pelaburan modal bagi usahawan- usahawan yang dikaji (Rujuk Jadual 4.29).

4.7.1.2 Hubungan Jumlah Peningkatan Jualan Kasar Dengan Faktor Latar Belakang

Hipotesis H_0 : Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara peningkatan jualan kasar dengan faktor latar belakang

Jadual 4.30: Hubungan Peningkatan Jumlah Jualan Kasar Dengan Faktor Latar Belakang

Pencapaian	Faktor Latar Belakang	
Jumlah Jualan Kasar	Korelasi (r_s)	Nilai p
	0.135	0.334

Terdapat hubungan langsung yang sangat lemah ($r_s = 0.135$) dan tidak signifikan bagi ujian dua hujung antara jumlah peningkatan jualan kasar atau kontrak yang diperolehi oleh usahawan dengan faktor latar belakang usahawan. Hipotesis nol gagal ditolak kerana nilai $p = 0.334$ iaitu $p > 0.05$. Ini menunjukkan tiada hubungan yang

wujud antara jumlah peningkatan jualan kasar dengan faktor pendorong latar belakang usahawan (Rujuk Jadual 4.30).

4.7.1.3 Hubungan Antara Jumlah Peningkatan Nilai Aset Dengan Faktor Latar Belakang

Hipotesis H_0 : Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara peningkatan jumlah nilai aset dengan faktor latar belakang usahawan.

Jadual 4.31: Hubungan Jumlah Peningkatan Nilai Aset Dengan Faktor Latar Belakang

Pencapaian	Faktor Latar belakang	
Jumlah Nilai Aset	Korelasi (rs)	Nilai p
	-0.045	0.747

Ujian korelasi yang dijalankan menunjukkan bahawa terdapat hubungan songsang yang sangat lemah ($rs = -0.045$) dan tidak signifikan untuk ujian dua hujung antara jumlah nilai aset yang dimiliki usahawan dengan faktor latar belakang usahawan. Hipotesis nol gagal untuk ditolak kerana nilai $p > 0.05$. Oleh itu, tidak terdapat hubungan antara jumlah aset yang dimiliki dengan faktor pendorong latar belakang usahawan (Rujuk Jadual 4.31).

4.7.2 Hubungan Tiga Dimensi Pencapaian Usahawan Dengan Faktor Pendorong Usahawan – Faktor Motivasi

Bahagian ini melihat hubungan antara setiap dimensi pencapaian usahawan iaitu pelaburan modal, jumlah jualan kasar atau kontrak yang diperolehi dan jumlah aset yang dimiliki oleh usahawan dengan faktor pendorong daripada sudut faktor motivasi.

4.7.2.1 Hubungan Peningkatan Jumlah Pelaburan Modal Dengan Faktor Motivasi

Hipotesis H_0 : Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara peningkatan jumlah pelaburan modal dengan faktor motivasi.

Jadual 4.32: Hubungan Jumlah Pelaburan Modal Dengan Faktor Motivasi.

Pencapaian	Faktor Motivasi	
Jumlah Pelaburan Modal	Korelasi (r_s)	Nilai p
	-0.72	0.609

Terhadap hubungan langsung yang sangat lemah ($r_s = -0.72$) antara jumlah pelaburan modal dengan faktor motivasi usahawan dan ujian korelasi spearman ini gagal untuk menolak hipotesis nol. Oleh itu, tidak wujud hubungan yang signifikan antara jumlah pelaburan dengan faktor pendorong motivasi usahawan kerana nilai $p > 0.05$. Ini menunjukkan bahawa faktor motivasi kurang mempengaruhi pencapaian usahawan dari segi jumlah pelaburan modal (Rujuk Jadual 4.32).

4.7.2.2 Hubungan Jumlah Peningkatan Jualan Kasar Dengan Faktor Motivasi

Hipotesis H_0 : Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara peningkatan jumlah jumlah jualan kasar dengan faktor motivasi.

Jadual 4.33 : Hubungan Peningkatan Jumlah Jualan Kasar Dengan Faktor Motivasi.

Pencapaian	Faktor Motivasi	
Jumlah Jualan Kasar	Korelasi (r_s)	Nilai p
	0.192	0.167

Terdapat hubungan langsung yang sangat lemah ($r_s = -0.192$) antara jumlah peningkatan jualan kasar atau kontrak yang diperolehi oleh usahawan dengan faktor motivasi usahawan. Hipotesis nol pula gagal untuk ditolak kerana nilai $p = 0.167$. Nilai p ini lebih besar daripada 0.05. Oleh itu, tidak wujud hubungan antara jumlah peningkatan jualan kasar dengan faktor pendorong motivasi usahawan (Rujuk Jadual 4.33).

4.7.2.3 Hubungan Peningkatan Jumlah Nilai Aset Dengan Faktor Motivasi

Hipotesis H_0 : Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara peningkatan jumlah nilai aset dengan faktor motivasi.

Jadual 4.34 : Hubungan Peningkatan Jumlah Nilai Aset Dengan Faktor Motivasi

Pencapaian	Faktor Motivasi	
Jumlah Nilai Aset	Korelasi (r_s)	Nilai p
	0.091	0.516

Ujian korelasi yang dijalankan menunjukkan bahawa terdapat hubungan langsung yang sangat lemah ($r_s = -0.091$) dan tidak signifikan untuk ujian dua hujung pada aras keertian 0.05 antara jumlah nilai aset yang dimiliki usahawan dengan faktor motivasi mereka. Ujian ini gagal untuk menolak hipotesis nol kerana nilai $p > 0.05$ dan menunjukkan bahawa tiada hubungan yang wujud antara jumlah aset yang dimiliki dengan faktor motivasi usahawan (Rujuk Jadual 4.34).

4.7.3 Hubungan Tiga Dimensi Pencapaian Usahawan Dengan Faktor Pendorong Usahawan – Faktor Sikap

Bahagian ini melihat hubungan antara setiap dimensi pencapaian usahawan iaitu pelaburan modal, jumlah jualan kasar atau kontrak yang diperolehi dan jumlah aset yang dimiliki oleh usahawan dengan faktor pendorong usahawan daripada sudut sikap usahawan.

4.7.3.1 Hubungan Peningkatan Jumlah Pelaburan Modal Dengan Faktor Sikap

Hipotesis H_0 : Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara peningkatan jumlah pelaburan modal dengan faktor sikap

Jadual 4.35: Hubungan Jumlah Pelaburan Modal Dengan Faktor Sikap

Pencapaian	Faktor Sikap	
Jumlah Pelaburan Modal	Korelasi (r_s)	Nilai p
	-0.335*	0.014

* Signifikan pada aras 0.05 (2 hujung)

Terdapat hubungan songsang yang sangat lemah ($r_s = -0.335$) dan signifikan pada aras 0.05 antara jumlah pelaburan modal dengan faktor sikap usahawan. Nilai p-nya pula adalah $p=0.014$. Ujian korelasi ini berjaya menolak hipotesis nol kerana nilai $p < 0.05$. Oleh itu, wujudnya hubungan antara jumlah pelaburan dengan faktor pendorong sikap usahawan. Ini menunjukkan bahawa sikap seseorang usahawan mempengaruhi dan memberikan kesan terhadap pencapaian jumlah pelaburan modal syarikat mereka (Rujuk Jadual 4.35).

4.7.3.2 Hubungan Peningkatan Jumlah Jualan Kasar Dengan Faktor Sikap

Hipotesis H_0 : Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara peningkatan jumlah jualan kasar dengan faktor sikap

Jadual 4.36: Hubungan Jumlah Jualan Kasar Dengan Faktor Sikap

Pencapaian	Faktor Sikap	
Jumlah Jualan Kasar	Korelasi (r_s)	Nilai p
	0.179	0.199

Terdapat hubungan langsung yang sangat lemah ($r_s = 0.179$) antara jumlah peningkatan jualan kasar atau kontrak yang diperolehi oleh usahawan dengan faktor sikap usahawan. Hipotesis nol gagal untuk ditolak kerana nilai $p > 0.05$ dan ini menunjukkan bahawa tidak wujud sebarang hubungan antara jumlah peningkatan jualan kasar dengan faktor sikap usahawan. Oleh itu, faktor sikap tidak mempengaruhi pencapaian jumlah jualan kasar usahawan-usahawan tersebut (Rujuk Jadual 4.36).

4.7.3.3 Hubungan Antara Peningkatan Jumlah Nilai Aset Dengan Faktor Sikap

Hipotesis H_0 : Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara peningkatan jumlah nilai aset dengan faktor sikap.

Jadual 4.37: Hubungan Jumlah Nilai Aset Dengan Faktor Sikap

Pencapaian	Faktor Sikap	
Jumlah Nilai Aset	Korelasi (r_s)	Nilai p
	0.034	0.810

Ujian korelasi yang dijalankan menunjukkan bahawa terdapat hubungan langsung yang sangat lemah ($r_s = 0.034$) dan tidak signifikan untuk ujian dua hujung antara jumlah nilai aset yang dimiliki usahawan dengan faktor sikap usahawan. Oleh itu, hipotesis nol gagal untuk ditolak kerana nilai $p > 0.05$. Ini menunjukkan tidak terdapat sebarang hubungan yang wujud antara jumlah aset yang dimiliki dengan faktor sikap usahawan (Rujuk Jadual 4.37).

4.7.4 Hubungan Antara Tiga Dimensi Pencapaian Usahawan Dengan Faktor Pendorong Usahawan – Faktor Kemahiran

Bahagian ini melihat hubungan antara setiap dimensi pencapaian usahawan iaitu pelaburan modal, jumlah jualan kasar atau kontrak yang diperolehi dan jumlah aset yang dimiliki oleh usahawan dengan faktor pendorong usahawan daripada sudut kemahiran

4.7.4.1.1 Hubungan Antara Peningkatan Jumlah Pelaburan Modal Dengan Faktor Kemahiran

Hipotesis H_0 : Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara peningkatan jumlah pelaburan modal dengan faktor kemahiran.

Jadual 4.38: Hubungan Jumlah Pelaburan Modal Dengan Faktor Kemahiran

Pencapaian	Faktor Kemahiran	
Jumlah Pelaburan Modal	Korelasi (r_s)	Nilai p
	-0.142	0.312

Terdapat hubungan songsang yang sangat lemah ($r_s = -0.142$) antara jumlah pelaburan modal dengan faktor kemahiran usahawan dan ujian ini gagal untuk menolak hipotesis nol kerana nilai $p > 0.05$. Oleh itu, tidak wujud sebarang hubungan antara jumlah pelaburan dengan faktor pendorong kemahiran usahawan. Ini menunjukkan

bahawa kemahiran yang dimiliki oleh usahawan semasa memulakan perniagaan tidak mempengaruhi pencapaian jumlah pelaburan usahawan tersebut (Rujuk Jadual 4.38).

4.7.4.2 Hubungan Antara Peningkatan Jumlah Jualan Kasar Dengan Faktor Kemahiran

Hipotesis H_0 : Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara peningkatan jumlah jualan kasar dengan faktor kemahiran.

Jadual 4.39: Hubungan Peningkatan Jumlah Jualan Kasar Dengan Faktor Kemahiran

Pencapaian	Faktor Kemahiran	
Jumlah Jualan Kasar	Korelasi (r_s)	Nilai p
	0.402*	0.003

*Signifikan pada aras 0.01 (2 hujung)

Terdapat hubungan langsung yang sederhana kuat ($r_s = 0.402$) dan signifikan pada aras 0.01 untuk ujian dua hujung antara jumlah peningkatan jualan kasar atau kontrak yang diperolehi oleh usahawan dengan faktor kemahiran usahawan. Dengan itu, hipotesis nol berjaya ditolak dan wujudnya hubungan yang signifikan antara jumlah peningkatan jualan kasar dengan faktor kemahiran usahawan. Ini menunjukkan bahawa kemahiran yang dimiliki usahawan memberi pengaruh terhadap pencapaian jumlah jualan kasar bagi usahawan-usahawan tersebut (Rujuk Jadual 4.39).

4.7.4.3 Hubungan Peningkatan Jumlah Nilai Aset Dengan Faktor Kemahiran

Hipotesis H_0 : Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara peningkatan jumlah nilai aset dengan faktor kemahiran.

Jadual 4.40: Hubungan Antara Jumlah Nilai Aset Dengan Faktor Kemahiran

Pencapaian	Faktor Kemahiran	
Jumlah Nilai Aset	Korelasi (r_s)	Nilai p
	0.179	0.201

Ujian korelasi yang dijalankan menunjukkan bahawa terdapat hubungan langsung yang sangat lemah dan tidak signifikan untuk ujian dua hujung antara jumlah nilai aset yang dimiliki usahawan dengan faktor kemahiran usahawan ($r_s = 0.179$). Oleh itu, hipotesis nol gagal untuk ditolak kerana nilai $p > 0.05$. Oleh itu, tidak terdapat sebarang hubungan yang wujud antara jumlah aset yang dimiliki dengan faktor kemahiran usahawan (Rujuk Jadual 4.40).

4.8 Mengkaji Perbezaan Di Antara Faktor Pendorong Dengan Demografi Usahawan Menggunakan Ujian Kruskal Wallis

Ujian Kruskal Wallis digunakan untuk menguji sama ada terdapat perbezaan di antara faktor pendorong dengan demografi dan profil syarikat usahawan. Ujian Kruskal Wallis digunakan dalam kajian ini bagi tujuan untuk menguji perbezaan bagi data berbentuk ordinal ke atas demografi. Pembolehubah bagi demografi yang diuji adalah jurusan yang diambil oleh usahawan semasa belajar di UTM manakala jenis perniagaan yang diceburi mewakili profil syarikat usahawan. Ujian Kruskal-Wallis digunakan bagi menguji pembolehubah yang mempunyai lebih daripada dua kategori.

Hipotesis nol akan ditolak sekiranya nilai p kurang daripada 0.05 ($p < 0.05$). Daripada analisis yang dilakukan, sebanyak sembilan hipotesis nol telah berjaya ditolak. Jadual di bawah menunjukkan hipotesis nol yang telah ditolak.

4.8.1 Ujian Perbezaan Faktor Pendorong Usahawan Dengan Jurusan Yang Diambil Semasa Di UTM

Hipotesis H_0 : Tiada perbezaan yang wujud di antara faktor pendorong dengan jurusan yang diambil semasa di UTM

Jadual 4.41 menunjukkan hasil dapatan ujian perbezaan menggunakan Ujian Kruskal Wallis untuk mengenalpasti kewujudan perbezaan antara faktor pendorong dengan jurusan yang telah diambil usahawan semasa belajar di UTM. Hasil ujian mendapati, 11 hipotesis mempunyai nilai- p kurang daripada 0.05 (< 0.05). Ini menunjukkan bahawa 11 hipotesis tersebut mempunyai perbezaan antara faktor pendorong usahawan dengan jurusan yang telah diambil semasa di UTM iaitu sama ada jurusan kejuruteraan, sains komputer, pengurusan dan lain-lain.

Jadual 4.41: Ujian Perbezaan antara Faktor Pendorong Usahawan Dengan Jurusan Yang Diambil Oleh Usahawan Semasa di UTM.

Bil	Hipotesis Nol (Ho)	Jurusan	Skor min	Nilai p	Status Ho
1	Tiada perbezaan yang wujud di antara jurusan yang diambil semasa di UTM dengan usahawan berasal daripada keluarga yang kurang berada.	Kejuruteraan S. Komputer Pengurusan Lain-lain	33.46 20.56 19.79 26.63	0.023	Tolak Ho
2	Tiada perbezaan yang wujud di antara jurusan yang diambil semasa di UTM dengan usahawan ingin dipandang tinggi oleh orang lain.	Kejuruteraan S. Komputer Pengurusan Lain-lain	20.94 35.50 32.36 19.38	0.007	Tolak Ho
3	Tiada perbezaan yang wujud di antara jurusan yang diambil semasa di UTM dengan kejayaan ahli keluarga atau saudara mara di dalam bidang keusahawanan dan perniagaan telah mendorong usahawan untuk mengejar kejayaan seperti mereka.	Kejuruteraan S. Komputer Pengurusan Lain-lain	20.32 34.38 31.36 29.75	0.018	Tolak Ho
4	Tiada perbezaan yang wujud di antara jurusan yang diambil semasa di UTM dengan ibu bapa menggalakkan usahawan menceburi bidang keusahawanan.	Kejuruteraan S. Komputer Pengurusan Lain-lain	20.44 35.97 31.00 22.88	0.008	Tolak Ho
5	Tiada perbezaan yang wujud di antara jurusan yang diambil semasa di UTM dengan tanggapan bahawa golongan miskin selalu dipandang rendah.	Kejuruteraan S. Komputer Pengurusan Lain-lain	20.78 33.09 32.00 31.25	0.036	Tolak Ho
6	Tiada perbezaan yang wujud di antara jurusan yang diambil semasa di UTM dengan usahawan ingin untuk mengaut keuntungan yang lebih besar dan lebih lumayan.	Kejuruteraan S. Komputer Pengurusan Lain-lain	22.00 30.15 38.36 25.00	0.038	Tolak Ho
7	Tiada perbezaan yang wujud di antara jurusan yang diambil semasa di UTM dengan usahawan gembira apabila mengaut banyak keuntungan dalam urusan perniagaan.	Kejuruteraan S. Komputer Pengurusan Lain-lain	21.48 32.32 35.29 24.38	0.031	Tolak Ho
8	Tiada perbezaan yang wujud di antara jurusan yang diambil semasa di UTM dengan usahawan hanya merasa selamat dengan mempunyai wang.	Kejuruteraan S. Komputer Pengurusan Lain-lain	21.64 30.74 38.21 25.00	0.037	Tolak Ho
9	Tiada perbezaan yang wujud di antara jurusan yang diambil semasa di UTM dengan usahawan kreatif kerana suka melakukan sesuatu yang luar biasa daripada orang lain.	Kejuruteraan S. Komputer Pengurusan Lain-lain	24.86 29.24 37.43 12.63	0.024	Tolak Ho
10	Tiada perbezaan yang wujud di antara jurusan yang diambil semasa di UTM dengan Berkemahiran adalah lebih baik daripada tidak berkemahiran dalam dunia keusahawanan.	Kejuruteraan S. Komputer Pengurusan Lain-lain	31.82 20.97 27.43 21.75	0.034	Tolak Ho
11	Tiada perbezaan yang wujud di antara jurusan yang diambil semasa di UTM dengan kemahiran dan pengalaman pengurusan dalam dunia perniagaan menjamin kestabilan perniagaan.	Kejuruteraan S. Komputer Pengurusan Lain-lain	26.52 28.41 33.00 13.50	0.044	Tolak Ho

Daripada jadual 4.41, hipotesis yang pertama menunjukkan bahawa terdapatnya perbezaan antara jurusan yang diambil oleh usahawan dengan faktor latar belakang

iaitu usahawan berasal daripada keluarga yang kurang berada. Jurusan pengurusan mempunyai skor min yang lebih tinggi dari jurusan lain dan ini menunjukkan bahawa usahawan yang telah mengambil jurusan pengurusan mempunyai perbezaan yang lebih tinggi dengan faktor latar belakang usahawan ini. Seterusnya, bagi hipotesis yang kedua menunjukkan bahawa wujudnya perbezaan antara jurusan yang diambil dengan faktor motivasi iaitu usahawan ingin dipandang tinggi oleh orang lain. Jurusan sains komputer menunjukkan skor tertinggi yang memberikan gambaran bahawa usahawan daripada aliran ini mempunyai perbezaan tertinggi bahawa mereka ingin dipandang tinggi oleh orang lain. Hipotesis ketiga menunjukkan bahawa terdapat perbezaan yang wujud antara jurusan yang diambil semasa di UTM dengan kejayaan ahli keluarga atau saudara mara di dalam bidang keusahawanan dan perniagaan telah mendorong mereka untuk mengejar kejayaan. Perbezaan tertinggi adalah daripada usahawan lulusan Sains Komputer yang menunjukkan skor min paling tinggi. Bagi hipotesis yang keempat pula, terdapat perbezaan yang wujud antara jurusan yang diambil semasa di UTM dengan ibu bapa menggalakkan usahawan menceburi bidang keusahawanan. Usahawanan daripada jurusan sains komputer mempunyai skor min tertinggi terhadap perbezaan hipotesis ini berbanding dengan jurusan yang lain.

Seterusnya, hipotesis kelima menunjukkan bahawa terdapat perbezaan yang wujud antara jurusan yang diambil semasa di UTM dengan tanggapan usahawan bahawa golongan miskin selalu dipandang rendah. Graduan daripada Sains komputer menunjukkan skor min tertinggi berbanding dengan jurusan lain. Hipotesis keenam pula menunjukkan terdapatnya perbezaan antara jurusan yang diambil semasa di UTM dengan usahawan ingin mengaut keuntungan yang lebih besar dan lebih lumayan. Usahawan daripada jurusan pengurusan menunjukkan perbezaan yang tertinggi kerana mempunyai skor min yang tertinggi berbanding usahawan daripada jurusan lain. Ini menunjukkan bahawa mereka tidak menekankan keuntungan semata-mata dalam perniagaan yang dijalankan. Hipotesis ketujuh, menunjukkan wujudnya perbezaan antara jurusan yang diambil dengan usahawan gembira apabila mengaut keuntungan dalam urusan perniagaan dan usahawan-usahawan daripada jurusan pengurusan dan pengurusan mempunyai skor min yang sama tinggi. Hipotesis kelapan menunjukkan bahawa terdapat perbezaan yang wujud antara jurusan yang diambil semasa di UTM dengan usahawan hanya merasa selamat dengan mempunyai

wang. Skor min tertinggi adalah daripada usahawan jurusan pengurusan. Bagi hipotesis yang kesembilan pula menunjukkan perbezaan yang wujud antara jurusan yang diambil dengan usahawan kreatif kerana suka melakukan sesuatu yang luar biasa daripada orang lain. Faktor sikap ini mempunyai perbezaan tertinggi dengan usahawan daripada jurusan pengurusan.

Hipotesis kesepuluh pula menunjukkan wujudnya perbezaan antara jurusan yang diambil semasa di UTM dengan berkemahiran adalah lebih baik daripada tidak berkemahiran dalam dunia keusahawanan. Usahawan daripada jurusan kejuruteraan mempunyai skor min tertinggi yang menunjukkan bahawa kemahiran keusahawanan tidak terlalu penting bagi mereka dalam mengembangkan perniagaan kerana terdapatnya faktor-faktor lain yang lebih penting daripada itu. Hipotesis terakhir menunjukkan bahawa perbezaan wujud antara jurusan yang diambil semasa di UTM dengan kemahiran dan pengalaman pengurusan dalam dunia perniagaan menjamin kestabilan perniagaan. Skor min tertinggi daripada graduan pengurusan yang menunjukkan bahawa terdapat perbezaan yang ketara antara usahawan yang mempunyai pengalaman dan kemahiran dalam bidang perniagaan dengan usahawan yang tidak memilikinya.

4.8.2 Ujian Perbezaan Faktor Pendorong Usahawan Dengan Jenis Perniagaan Yang Diceburi.

Hipotesis Ho: Tiada perbezaan yang wujud di antara faktor pendorong dengan jenis perniagaan yang diceburi.

Jadual 4.42 menunjukkan hasil dapatan ujian perbezaan menggunakan Ujian Kruskal Wallis untuk mengenalpasti kewujudan perbezaan antara faktor pendorong dengan jenis perniagaan yang diceburi oleh usahawan lepasan UTM. Analisis mendapati empat hipotesis mempunyai nilai- p kurang daripada 0.05 (<0.05). Ini menunjukkan empat hipotesis tersebut mempunyai perbezaan antara faktor pendorong usahawan dengan jenis perniagaan yang diceburi samada sektor perkhidmatan, pembuatan, pembinaan dan lain-lain

Jadual 4.42: Ujian Perbezaan antara Faktor Pendorong Usahawan Dengan Jenis Perniagaan Yang Diceburi.

Bil	Hipotesis Nol (Ho)	Jenis Perniagaan	Skor min	Nilai p	Tolak Ho
1	Tiada perbezaan yang wujud di antara jenis perniagaan yang diceburi dengan usahawan ingin dipandang tinggi oleh orang lain.	Pembuatan Perkhidmatan Pembinaan Lain-lain	43.00 24.66 23.13 37.50	0.030	Tolak Ho
2	Tiada perbezaan yang wujud di antara jenis perniagaan yang diceburi dengan usahawan jelas dengan matlamat hidupnya.	Pembuatan Perkhidmatan Pembinaan Lain-lain	11.00 28.45 24.25 37.50	0.018	Tolak Ho
3	Tiada perbezaan yang wujud di antara jenis perniagaan yang diceburi dengan usahawan ingin untuk mengaut keuntungan yang lebih besar dan lebih lumayan	Pembuatan Perkhidmatan Pembinaan Lain-lain	41.50 23.29 36.00 41.50	0.005	Tolak Ho
4	Tiada perbezaan yang wujud di antara jenis perniagaan yang diceburi dengan usahawan gembira apabila mengaut banyak keuntungan dalam urusan perniagaan.	Pembuatan Perkhidmatan Pembinaan Lain-lain	37.30 24.33 30.25 42.00	0.050	Tolak Ho

Daripada Jadual 4.42, hipotesis pertama menunjukkan terdapatnya perbezaan antara jenis perniagaan yang diceburi dengan faktor motivasi usahawan iaitu mereka ingin dipandang tinggi oleh orang lain. Usahawan daripada sektor pembuatan memberikan skor min yang tertinggi terhadap ujian perbezaan ini. Ini memberi gambaran bahawa usahawan yang menceburi sektor pembuatan tidak semata-mata inginkan diri mereka dipandang tinggi oleh orang lain. Hipotesis kedua menunjukkan terdapat perbezaan antara jenis perniagaan yang diceburi dengan usahawan jelas dengan matlamat hidupnya. Usahawan-usahawan daripada sektor yang selain pembuatan, perkhidmatan dan pembinaan memberikan skor min tertinggi. Ini menggambarkan bahawa mereka mempunyai matlamat hidup yang jelas terhadap bidang yang diceburi.

Seterusnya, hipotesis yang ketiga menunjukkan terdapatnya perbezaan antara jenis perniagaan dengan usahawan ingin mengaut keuntungan yang lebih besar dan lebih lumayan. Usahawan daripada sektor pembuatan dan lain-lain sektor sama-sama memberikan skor min tertinggi yang menunjukkan bahawa mereka tidak semata-mata ingin mengaut keuntungan yang lebih lumayan. Mungkin bagi mereka terdapat faktor-faktor lain yang lebih penting dalam mencapai kecemerlangan di dunia keusahawanan.

Hipotesis keempat pula menunjukkan terdapat perbezaan antara jenis perniagaan yang diceburi dengan usahawan berasa gembira apabila mengaut banyak keuntungan dalam urusan perniagaan. Skor min tertinggi daripada sektor lain yang menunjukkan bahawa usahawan gembira apabila mengaut keuntungan dalam urusan perniagaan dan ianya berbeza dengan jenis-jenis perniagaan yang lain.

4.9 Rumusan Dapatan

4.9.1 Tahap Faktor Pendorong Usahawan

Majoriti usahawan mempunyai tahap persetujuan yang tinggi terhadap tiga faktor pendorong usahawan iaitu faktor motivasi, sikap dan kemahiran yang merupakan faktor-faktor penting dalam mendorong mereka menceburi bidang keusahawanan. Manakala, majoriti usahawan mempunyai tahap persetujuan yang rendah terhadap faktor latar belakang usahawan menjadi antara faktor yang menggalakkan mereka menjadi seorang usahawan (Rujuk Jadual 4.43).

Jadual 4.43: Tahap Faktor Pendorong Usahawan Mengikut Dimensi

Faktor Pendorong	Tahap	Peratus
Faktor Latar Belakang Usahawan	Tinggi	5.7
	Sederhana	17.0
	Rendah	77.4
Faktor Motivasi	Tinggi	50.6
	Sederhana	41.5
	Rendah	1.9
Faktor Sikap	Tinggi	90.6
	Sederhana	7.5
	Rendah	1.9
Faktor Kemahiran	Tinggi	86.8
	Sederhana	11.3
	Rendah	1.9

4.9.2 Hubungan Antara Faktor Pendorong Dengan Dimensi Pencapaian Usahawan

Berdasarkan Jadual 4.44, menunjukkan secara puratanya hubungan antara faktor-faktor pendorong dengan dimensi pencapaian usahawan mempunyai hubungan langsung yang positif dan lemah.

Jadual 4.44: Hubungan Faktor Pendorong Dengan Pencapaian Usahawan

Dimensi Faktor Pendorong	Dimensi Pencapaian Usahawan		
	Pelaburan Modal	Jualan Kasar	Aset Dimiliki
	Korelasi	Korelasi	Korelasi
Latar belakang	-0.162	0.135	-0.045
Motivasi	-0.72	0.192	0.091
Sikap	-0.335*	0.179	0.034
Kemahiran	-0.142	0.402**	0.179

* signifikan pada aras 0.05 (2 hujung)

** signifikan pada aras 0.01 (2 hujung)

4.9.3 Pengujian Hipotesis

Berdasarkan Jadual 4.45, hanya dua hipotesis yang berjaya menolak hipotesis nol kerana mempunyai nilai $p < 0.05$. Oleh itu, wujudnya hubungan yang signifikan antara faktor sikap dengan pelaburan modal dan antara faktor kemahiran dengan jumlah jualan kasar syarikat.

Jadual 4.45: Pengujian Hipotesis Nol (H_0)

Dimensi Faktor Pendorong	Dimensi Pencapaian Usahawan					
	Pelaburan Modal		Jualan Kasar		Aset Dimiliki	
	Korelasi	Ho	Korelasi	Ho	Korelasi	Ho
Latar belakang	0.245	-	0.334	-	0.747	-
Motivasi	0.609	-	0.167	-	0.516	-
Sikap	0.014	Tolak	0.199	-	0.810	-
Kemahiran	0.312	-	0.003	Tolak	0.201	-

4.10 Ringkasan

Secara keseluruhannya, bab ini telah membincangkan dan menganalisis dengan lebih terperinci tentang faktor-faktor yang mendorong seseorang usahawan menceburi bidang keusahawanan. Hasil dapatan menunjukkan bahawa faktor motivasi, faktor sikap dan faktor kemahiran sangat mempengaruhi responden untuk menjadi seorang usahawan manakala faktor latar belakang pula tidak begitu mempengaruhi mereka.

Selain itu, analisis korelasi Spearman digunakan untuk melihat tahap hubungan antara faktor pendorong dengan pencapaian usahawan. Nilai p yang diperolehi pula akan menentukan sama ada hipotesis tersebut diterima ataupun tidak. Hipotesis nol hanya akan diterima sekiranya nilai $p < 0.05$. Sebahagian besar hasil dapatan menunjukkan tahap hubungan yang songsang dan lemah di antara faktor pendorong dengan pencapaian usahawan. Selanjutnya, bab lima akan membincangkan hasil dapatan, kesimpulan dan cadangan untuk pihak UTM dan juga pengkaji-pengkaji akan datang.

BAB 5: PERBINCANGAN HASIL KAJIAN, CADANGAN DAN KESIMPULAN

5.1 Pengenalan

Bab ini akan membincangkan segala hasil dapatan kajian dan juga perbincangan hasil kajian bagi mengenalpasti objektif yang telah ditetapkan di awal kajian ini dapat dipenuhi. Secara keseluruhannya kajian ini telah memenuhi objektif yang digariskan iaitu mengenalpasti faktor yang telah mendorong graduan UTM dan Alumni menceburi bidang keusahawanan. Sehubungan itu, empat faktor yang telah dipilih iaitu faktor latar belakang, sikap, motivasi dan kemahiran diuji dengan pencapaian usahawan iaitu pelaburan modal, jualan kasar atau nilai kontrak yang diperolehi dan nilai aset yang dimiliki. Selain itu, kajian ini juga turut membincangkan cadangan-cadangan yang diperolehi daripada responden dan analisis pengkaji terhadap pembangunan keusahawanan di Universiti Teknologi Malaysia.

Bab ini juga merangkumi penemuan kajian yang utama serta cadangan-cadangan yang dapat menjadi panduan kepada pihak lain yang ingin menjalankan kajian yang sama ataupun berkaitan. Di samping itu, cadangan-cadangan yang dikemukakan juga diharap dapat dimanfaatkan oleh pihak-pihak yang bertanggungjawab terutamanya UTM itu sendiri dalam pembangunan keusahawanan agar dapat meningkatkan jumlah graduan yang bakal menjadi usahawan.

5.2 Rumusan Kajian

Rumusan dapatan kajian ini ialah:

- i. Majoriti responden iaitu seramai 41 orang (77.4%) telah memilih sektor perkhidmatan untuk perniagaan mereka.
- ii. Majoriti perniagaan (94.3%) yang dijalankan oleh responden lepasan UTM adalah berasaskan teknologi.

- iii. Dapatan kajian turut menunjukkan bahawa majoriti responden (77.4%) tidak bersetuju bahawa faktor latar belakang responden merupakan faktor pendorong mereka menceburi bidang kerespondenan.
- iv. Lebih daripada sebahagian responden (56.6%) bersetuju bahawa faktor motivasi responden merupakan faktor pendorong mereka menceburi bidang keusahawanan.
- v. Majoriti responden (90.6%) bersetuju bahawa faktor sikap responden merupakan faktor pendorong mereka menceburi bidang keusahawanan.
- vi. Majoriti responden (86.8%) bersetuju bahawa faktor kemahiran yang dimiliki oleh responden merupakan faktor pendorong mereka menceburi bidang keusahawanan.
- vii. Dapatan kajian turut menunjukkan bahawa majoriti responden iaitu 94.3% menyatakan peningkatan dalam pelaburan modal dan 92.4% menyebut jumlah jualan kasar atau nilai kontrak yang diperolehi meningkat serta 94.4% menyatakan nilai aset mereka meningkat.
- viii. Majoriti responden (90.6%) tidak mempunyai masalah untuk membayar balik pinjaman modal mereka.
- ix. Terdapat hubungan songsang yang sangat lemah dan tidak signifikan antara faktor pendorong latar belakang responden dengan peningkatan pelaburan modal ($r_s = -0.162$). Manakala terdapat hubungan langsung yang sangat lemah dan tidak signifikan dengan peningkatan jumlah jualan kasar yang dimiliki ($r_s = 0.135$) dan hubungan songsang yang sangat lemah dan tidak signifikan dengan aset yang dimiliki oleh responden ($r_s = -0.045$).
- x. Terdapat hubungan songsang yang kuat dan tidak signifikan antara faktor pendorong motivasi dengan peningkatan pelaburan modal ($r_s = -0.72$). Manakala terdapat hubungan langsung yang sangat lemah antara faktor

motivasi responden dengan peningkatan jumlah jualan ($r_s = 0.192$) dan jumlah aset yang dimiliki oleh responden ($r_s = 0.091$).

- xi. Terdapat hubungan songsang yang lemah dan signifikan pada aras 0.05 bagi ujian dua hujungan antara faktor pendorong sikap dengan peningkatan jualan kasar ($r_s = -0.335$). Manakala, terdapat hubungan langsung yang sangat lemah dan signifikan antara faktor sikap dengan pencapaian jualan kasar usahawan ($r_s = 0.179$) dan peningkatan nilai aset syarikat ($r_s = 0.034$).
- xii. Terdapat hubungan songsang yang sangat lemah dan tidak signifikan antara faktor pendorong kemahiran dengan pencapaian pelaburan modal ($r_s = -0.142$), hubungan langsung yang sederhana kuat dan signifikan pada aras 0.01 bagi ujian duan hujungan dengan peningkatan jualan. ($r_s = 0.402$). Manakala terdapat hubungan langsung yang sangat lemah dan signifikan pada aras 0.01 bagi ujian dua hujungan antara faktor kemahiran dengan jumlah nialain aset syarikat (0.179).
- xiii. Ujian perbezaan menggunakan alat statistik kruskal-wallis menunjukkan bahawa terdapat 15 hipotesis nol yang berjaya ditolak kerana mempunyai nilai $p < 0.05$. Ujian ini bertujuan untuk menguji perbezaan yang wujud antara faktor pendorong usahawan dengan jurusan yang diambil oleh usahawan semasa di UTM dan jenis perniagaan yang diceburi mereka.

5.3 Perbincangan Hasil Kajian

Beberapa perkara penting dapat dibincangkan mengenai faktor yang mendorong seseorang menjadi usahawan dengan melihat hubungan di antara faktor pendorong dengan dengan dimensi pencapaian usahawan.

Berdasarkan kepada rumusan kajian di para 5.1, kajian ini telah dapat memenuhi kesemua objektif iaitu bagi mengenalpasti faktor yang telah mendorong graduan UTM menjadi usahawan dan hubungan setiap faktor pendorong tersebut dengan setiap dimensi pencapaian usahawan.

Sehubungan dengan itu perbincangan hasil kajian tertumpu kepada tiga bahagian seperti berikut:

- i. Demografi responden dan profil syarikat.
- ii. Tahap faktor pendorong bagi setiap dimensi faktor pendorong.
- iii. Hubungan dan sumbangan setiap faktor pendorong dengan pencapaian usahawan.

5.3.1 Demografi Responden dan Profil Syarikat

Secara keseluruhannya, majoriti graduan UTM yang telah menjadi usahawan terdiri daripada lelaki iaitu 92.5% manakala selebihnya 7.5% adalah wanita. Dapatan kajian juga mendapati majoriti usahawan memulakan perniagaan antara umur 21 hingga 40 tahun (71.7%). Hasil kajian ini telah hampir menyamai dapatan yang telah diperolehi oleh Bygrave (1997) yang menunjukkan keputusan untuk memulakan perniagaan lebih mudah apabila seseorang itu bujang, berumur 25 tahun, tidak memiliki aset perseorangan dan tidak bergantung terhadap orang lain. Sebaliknya, ia akan menjadi lebih sukar bagi seseorang yang sudah berkahwin dan berumur lebih daripada 45 tahun.

Seterusnya, kajian juga mendapati bahawa majoriti usahawan (81.1%) adalah lulusan ijazah sarjana muda daripada UTM dan majoritinya (79.3%) juga mengambil jurusan kejuruteraan dan sains komputer. Ini menunjukkan bahawa usahawan UTM yang menceburi bidang keusahawanan menjalankan perniagaan berkaitan dengan jurusan yang telah diambil semasa di UTM dan sebanyak 94.3% menjalankan perniagaan berasaskan teknologi.

Hasil kajian juga mendapati, majoriti responden (96.2%) telah menubuhkan syarikat sejak tahun 1980-an hingga kini dan sebahagian daripada responden (56.6%) memiliki perniagaan secara perkongsian. Seterusnya, kajian mendapati bahawa majoriti responden (77.4%) terlibat dalam sektor perkhidmatan iaitu kebanyakannya membuka syarikat perundingan (konsultan) mengikut kepakaran masing-masing. Manakala 9.4% responden memilih sektor pembuatan dan 7.5% usahawan memilih sektor pembinaan. Dapatan ini menyokong pernyataan Abdul Aziz (1981) dan Habrizah Hussin (2000) yang mendapati bahawa usahawan lebih cenderung

menjalankan perniagaan dalam sektor perkhidmatan kerana mereka berpendapat adalah lebih mudah untuk mendapatkan sumber modal dan bahan mentah serta tidak memerlukan kepakaran dan kemahiran yang tinggi sebagaimana yang diperlukan dalam sektor-sektor perniagaan yang lain.

Dapatan kajian turut menunjukkan bahawa majoriti responden 94.3% menyatakan peningkatan dalam pelaburan modal, 92.4% pula menyebut jumlah jualan kasar atau nilai kontrak yang diperolehi meningkat manakala 94.4% mengatakan nilai aset yang dimiliki meningkat pada tahun semasa perniagaan. Seramai 90.6% usahawan menyatakan mereka tidak mempunyai sebarang masalah dalam membayar kembali pinjaman modal perniagaan manakala bakinya (9.4%) menyatakan mereka mempunyai masalah dalam membayar semula pinjaman modal perniagaan. Peningkatan dalam pelaburan modal, jumlah jualan kasar dan aset yang dimiliki menunjukkan bahawa kedudukan perniagaan yang diusahakan oleh bekas graduan UTM dalam keadaan yang baik dan stabil. Tambahan pula, majoriti daripada mereka tidak mempunyai sebarang masalah untuk membayar balik pinjaman modal perniagaan yang dipinjam semasa memulakan perniagaan.

5.3.2 Tahap Faktor Pendorong Mengikut Dimensi Faktor Pendorong

Setelah data dianalisis, hasil kajian mendapati majoriti usahawan bersetuju bahawa faktor pendorong motivasi, sikap dan kemahiran adalah faktor yang mempengaruhi mereka menceburi bidang keusahawanan. Manakala majoriti responden 77.4% bersependapat bahawa faktor latar belakang keluarga bukan merupakan aspek besar yang mempengaruhi mereka untuk menjadi usahawan. Dapatan ini telah menolak kajian terdahulu yang dilakukan oleh Schumpeter (1962) yang mendapati bahawa faktor keluarga memainkan peranan penting bagi seseorang itu membangunkan sesebuah perniagaan.

Seterusnya, sebanyak 56.6% responden menyatakan bahawa faktor motivasi merupakan faktor pendorong mereka untuk menjadi seorang usahawan, di samping sebanyak 90.6% daripada faktor sikap dan sebanyak 86.8% daripada faktor kemahiran. Hasil kajian menunjukkan persamaan dapatan sebagaimana kajian yang telah dilakukan oleh Shaver dan Schere (1982), Hisrich dan Brush (1986), Johnson (1990), Shaver dan Scott (1991), Charles Banfe (1991), Jacobson (1993), Wells

(1994), Hisrich dan Peters (1995) dan Mohamed (1996). Ini menunjukkan bahawa faktor-faktor pendorong yang dimiliki oleh usahawan daripada graduan UTM mempunyai faktor-faktor pendorong yang sama dengan usahawan di luar negara.

5.3.3 Hubungan dan Sumbangan Faktor Pendorong Dengan Pencapaian Usahawan

Merujuk kepada objektif pertama kajian, didapati faktor pendorong usahawan mempunyai hubungan langsung yang sangat lemah dan tidak signifikan antara faktor pendorong latar belakang usahawan dengan peningkatan pelaburan modal ($r_s = -0.162$) dan aset yang dimiliki oleh usahawan ($r_s = -0.045$). Manakala terdapat pula hubungan langsung yang sangat lemah dengan peningkatan jumlah jualan kasar yang dimiliki ($r_s = 0.135$). Secara keseluruhannya, dapatan ini sedikit menyamai hasil yang diperolehi oleh Hisrich dan Brush (1986) yang telah menunjukkan hubungan langsung yang positif. Bagi hubungan antara faktor pendorong dengan nilai aset yang dimiliki, penemuan terkini berbeza dengan dapatan yang diperolehi oleh Bygrave (1997) yang mendapati bahawa hubungan antara kedua-duanya mempunyai hubungan langsung yang kuat. Kajian juga mendapati sumbangan faktor pendorong kepada pencapaian usahawan adalah kecil. Dapatan ini telah menyokong Abdul Aziz (1981) dalam kajiannya yang mendapati bahawa sumbangan yang kecil ini menunjukkan terdapat faktor-faktor lain selain faktor latar belakang yang menyumbang kepada peningkatan pencapaian syarikat. Faktor-faktor tersebut boleh merupakan faktor persekitaran, bantuan kerajaan, kemahiran mengurus, pemasaran dan pengalaman perniagaan.

Seterusnya, dapatan kajian menunjukkan bahawa terdapat hubungan modal yang sangat lemah dan tidak signifikan antara faktor pendorong motivasi dengan peningkatan pelaburan modal ($r_s = -0.162$). Manakala terdapat hubungan langsung yang sangat lemah antara faktor motivasi usahawan dengan peningkatan jumlah jualan ($r_s = 0.192$) dan jumlah aset yang dimiliki oleh usahawan ($r_s = 0.091$). Hasil dapatan ini hampir menyamai kajian yang telah dilakukan oleh Johnson (1990) dan Khaairuddin Khalil (1996) yang telah mendapati bahawa terdapat hubungan langsung yang sederhana kuat antara faktor motivasi dengan pencapaian usahawan. Seterusnya, kajian mendapati sumbangan faktor motivasi terhadap pencapaian usahawan juga agak besar. Dapatan kajian ini selari dengan hasil kajian yang diperolehi oleh Birley dan Westhead (1994) dan Zaidatol Akmaliah dan Habibah

(1997) yang mendapati bahawa faktor motivasi menyumbang antara 50% hingga 90% terhadap pencapaian jualan dan pelaburan modal mereka.

Ditinjau daripada aspek faktor pendorong sikap, didapati terdapat hubungan songsang yang lemah dan signifikan pada aras 0.05 bagi ujian dua hujung antara faktor pendorong sikap dengan peningkatan pelaburan modal ($r_s = -0.335$). Manakala, terdapat hubungan langsung yang sangat lemah dan tidak signifikan antara faktor sikap dengan pencapaian jualan kasar usahawan ($r_s = 0.179$) dan peningkatan nilai aset syarikat ($r_s = 0.034$). Hanya hubungan antara faktor sikap terhadap peningkatan pelaburan modal sahaja yang menyamai dengan kajian terdahulu yang menunjukkan bahawa terdapat hubungan yang signifikan antara kedua-duanya. Dapatan kajian ini telah diperolehi daripada Hebert dan Link (1988) dan Hisrich dan Peters (1995).

Seterusnya, dapatan kajian menunjukkan bahawa terdapat hubungan songsang yang sangat lemah dan tidak signifikan antara faktor pendorong kemahiran dengan pencapaian pelaburan modal ($r_s = -0.142$), hubungan langsung yang sangat lemah dengan pencapaian aset yang dimiliki ($r_s = 0.179$). Manakala terdapat hubungan langsung yang sederhana kuat dan signifikan pada aras 0.01 bagi ujian dua hujung antara faktor kemahiran dengan pencapaian jualan (0.402). Hubungan langsung antara faktor kemahiran dengan jumlah pelaburan modal tidak menyamai hasil kajian Mohamed (1996) yang mana beliau dapat menunjukkan hubungan langsung positif antara kemahiran dan pencapaian pelaburan modal usahawan.

5.4 Kesimpulan

Kajian ini memberikan penekanan terhadap empat faktor utama yang telah mendorong graduan UTM menceburi bidang keusahawanan. Faktor-faktor tersebut ialah faktor latar belakang, motivasi, sikap dan kemahiran. Keempat-empat faktor ini dipilih melalui analisis yang dibuat terhadap pengkaji-pengkaji terdahulu yang kebanyakannya telah memilih untuk mengkaji faktor-faktor ini sebagai pemboleh ubah utama kajian mereka.

Secara keseluruhannya, hasil kajian mendapati faktor latar belakang keluarga tidak mempengaruhi mereka untuk menjadi usahawan. Tetapi, ini juga boleh menjadi persoalan kerana majoriti responden adalah berbangsa Melayu. Kemungkinan faktor

latar belakang keluarga akan menjadi faktor yang mempengaruhi mereka menjadi seorang usahawan jika bangsa Cina merupakan responden dalam kajian ini. Bangsa Cina yang memang dikenali sebagai bangsa yang memonopoli perniagaan di Malaysia dan kebiasaannya mereka akan menggalakkan serta mendorong ahli keluarga mereka menceburi bidang perniagaan. Oleh itu, dapatan kajian bagi bangsa Melayu dan Cina mungkin berbeza. Seterusnya, tiga faktor-faktor yang lain iaitu faktor motivasi, sikap dan kemahiran menjadi faktor penting yang telah mendorong mereka menceburi bidang keusahawanan ini. Walau bagaimanapun, apabila melihat hubungan antara keempat-empat faktor ini dengan pencapaian usahawan, hasil dapatan mendapati sebahagian besar menunjukkan hubungan langsung dan songsang yang sangat lemah.

Dapatan ini hampir menyamai dengan kebanyakan kajian yang telah dilakukan oleh pengkaji-pengkaji lepas samada di dalam atau di luar negara yang mendapati hubungan langsung dan hubungan songsang yang sangat lemah antara faktor pendorong dengan pencapaian usahawan. Walau bagaimanapun, terdapat juga beberapa perbezaan yang tidak terlalu ketara yang wujud daripada hasil dapatan kajian ini dengan pengkaji terdahulu. Sehubungan dengan itu, kajian dan penyelidikan pada masa akan datang perlu dilakukan sebagaimana yang dicadangkan bagi mendapatkan gambaran dan penjelasan yang lebih menyeluruh dan tepat mengenai hubungan dan sumbangan antara faktor pendorong usahawan terhadap pencapaian usahawan.

5.5 Cadangan

Secara umumnya, cadangan-cadangan yang dikemukakan dibahagikan dua bahagian iaitu bahagian pertama cadangan kepada pihak yang bertanggungjawab dalam pembangunan usahawan di UTM dan bahagian kedua cadangan kajian lanjutan kepada pengkaji-pengkaji yang akan datang.

5.5.1 Cadangan Kepada Pihak UTM

Daripada borang soal-selidik yang telah diedarkan kepada responden, pelbagai cadangan dan pandangan telah mereka utarakan. Cadangan-cadangan ini adalah langkah yang seharusnya diambil oleh pihak UTM untuk menarik minat pelajar menceburi bidang keusahawanan. Sehubungan itu, pihak UTM perlu memberikan perhatian yang serius terhadap pandangan yang telah dilontarkan oleh bekas pelajar

mereka yang telah pun berjaya menjadi usahawan agar dapat memberikan kebaikan kepada pelajar khususnya dan universiti amnya. Keseluruhannya, majoriti usahawan bersetuju agar pihak UTM menekankan pembangunan keusahawanan dikalangan pelajar mereka. Sekurang-kurangnya semangat keusahawanan dapat disemai dalam diri setiap pelajar. Di samping, bagi mereka yang benar-benar berminat untuk menjadi usahawan dapat mempelajari teori dan asas-asas keusahawanan sejak di universiti lagi.

Seperti yang telah dibincangkan sebelum ini, majoriti usahawan bersetuju bahawa faktor-faktor pendorong seperti faktor motivasi, faktor sikap dan faktor kemahiran merupakan faktor pendorong mereka untuk menjadi seorang usahawan. Namun faktor latar belakang pula bukan faktor yang penting yang mempengaruhi mereka menceburi bidang keusahawanan. Oleh itu, pembelajaran keusahawanan di universiti amnya dan UTM khususnya memainkan peranan yang amat penting supaya pelajar yang berminat untuk menjadi seorang usahawan dapat dicungkil dan diberikan bimbingan dengan sebaik-baiknya. Walaupun tidak bertujuan untuk menjadikan kesemua pelajar menjadi usahawan namun semangat yang terdapat dalam diri usahawan seperti sanggup menghadapi risiko dan tidak mudah mengaku kalah perlu diterapkan dalam diri setiap pelajar UTM khususnya.

Menurut hasil dapatan juga, majoriti daripada faktor-faktor pendorong tidak mempunyai hubungan yang signifikan dengan dimensi pencapaian usahawan seperti pencapaian dalam pelaburan modal, jualan kasar dan aset yang dimiliki. Ini menunjukkan bahawa pencapaian usahawan pada hari ini tidak bergantung pada faktor pendorong semasa mereka mula-mula menjadi usahawan. Melalui dapatan ini maka dapat memudahkan pihak yang bertanggungjawab terhadap pembangunan keusahawanan menyusun strategi dengan lebih teratur dan efisien. Isu pembangunan dan pembelajaran keusahawanan di universiti telah disokong oleh pengkaji terdahulu seperti Scott dan Twomey (1988); Sexton dan Bowman (1988) dan Brown (1990). Berikut dikemukakan beberapa cadangan yang boleh dilakukan oleh pihak UTM untuk meningkatkan pembangunan keusahawanan dikalangan pelajar-pelajarnya:

- i) UTM boleh memulakan langkah daripada sekarang dengan menawarkan subjek keusahawanan sebagai subjek wajib universiti. Menurut pengkaji

terdahulu, Kent (1990) dalam Nor Aishah (1998), menyatakan bahawa terdapat kajian yang menunjukkan ramai orang mempunyai potensi keusahawanan tetapi tidak menjadi usahawan. Ini menunjukkan kepentingan pendidikan keusahawanan kepada masyarakat dalam mengenal pasti dan membentuk individu yang mempunyai potensi keusahawanan untuk menjadi penyumbang kepada perubahan ekonomi masyarakat pada masa hadapan. Oleh itu, dengan menjadikan subjek keusahawanan sebagai subjek wajib universiti maka, usahawan akan dapat dilahirkan dengan lebih cepat dan berkualiti.

- ii) Selain itu, kajian yang telah dijalankan oleh Teresa dan Joseph (2002) mendapati bahawa pembelajaran keusahawanan adalah langkah yang amat penting dilakukan bagi menambahkan kadar graduan kejuruteraan yang menceburi bidang keusahawanan teknologi. Ini kerana pelajar kejuruteraan telah memiliki pengetahuan yang spesifik terhadap bidangnya dan apabila ditambah kepada ilmu keusahawanan maka apabila tamat pengajian kelak mereka mempunyai kebolehan untuk membuka perniagaannya sendiri. Oleh itu, dengan menjadikan subjek keusahawanan ini wajib kepada semua pelajar maka ianya dapat mengintegrasikan subjek usahawan dengan bidang yang dipelajari oleh pelajar.
- iii) UTM juga boleh menawarkan mata pelajaran khas mengenai teori perniagaan. Dua contoh subjek penting yang boleh ditawarkan adalah subjek berkaitan dengan jalinan rangkaian dan pengurusan perhubungan awam untuk mendapatkan sesuatu projek. Silibus ekonomi dan perniagaan di alaf baru juga perlu diperbanyakkan agar para pelajar mengetahui kepentingan era usahawan sekarang berbanding dengan bekerja di badan kerajaan dan swasta. Justeru itu, modul keusahawanan perlu dirangka berdasarkan pengalaman sebenar seorang usahawan dan bukannya dirangka berdasarkan teori semata-mata. Ini kerana banyak usahawan yang akhirnya 'makan gaji' kerana menjadi mangsa teori keusahawanan yang kurang praktis serta pemantauan pihak yang hanya ingin mengambil kesempatan atas dasar nama dan kemahsyuran program.

- iv) Seterusnya, UTM perlu memperbanyakkan lagi kursus motivasi dan seminar keusahawanan kepada para pelajar mereka yang berminat untuk menjadi seorang usahawan melalui kerjasama dengan pihak lain seperti KPUN dan MARA. Untuk menjadikannya lebih berkesan, pihak UTM perlu menjemput graduan UTM yang telah berjaya menjadi usahawan untuk berkongsi pengalaman dan memberikan motivasi kepada para pelajar. Hasilnya, semangat pelajar akan menjadi lebih berkobar-kobar untuk berjaya dalam bidang yang mereka minati.

- v) Daripada dapatan kajian telah mendapati bahawa faktor kemahiran merupakan antara faktor terpenting yang telah mendorong graduan UTM menjadi seorang usahawan. Oleh itu, melalui dapatan ini, pihak UTM seharusnya memberikan peluang kepada pelajar untuk membuka perniagaan dan menjalin kerjasama dengan masyarakat niaga di luar UTM. Pihak universiti perlu menyediakan kemudahan dan ruang berniaga yang strategik di dalam kampus melalui pembentukan beberapa peraturan yang perlu dipatuhi. Sebagai contoh, lembaga pengarah mestilah terdiri daripada para usahawan lepasan UTM yang telah terbukti berjaya serta mempunyai rekod pengalaman bekerja yang luas. Matlamat sebenar mesti di kaji terlebih dahulu dan perlu di terajui oleh pemimpin yang berpengalaman dan jujur. Matlamat dan kaedah pelaksanaan juga perlu jelas supaya pelajar UTM tidak hanya mengenal keuntungan dalam perniagaan dalam ruang lingkup pandangan yang singkat.

- vi) Bagi memberikan pendedahan terhadap bidang keusahawanan, pihak UTM perlu mengadakan ekspo keusahawanan dengan menjemput usahawan membuat pameran dan membuat ucapan supaya pelajar akan terbuka minda serta berpeluang melihat usahawan dengan lebih dekat. Ini sekaligus dapat mendedahkan pelajar tentang dunia perniagaan dari aspek yang lebih praktikal bukan hanya sekadar teori. Pengalaman seorang usahawan yang telah belajar selama lima tahun di dalam bidang keusahawanan mendapati bahawa pihak universiti masih lagi kurang memberikan pendedahan terhadap ilmu keusahawanan di tempat mereka. Akhirnya, apabila ekonomi negara gawat, ramai graduan yang buntu mencari pekerjaan dan ingin memulakan perniagaan tetapi tidak tahu bagaimana untuk memulakannya. Oleh itu,

pelajar perlu disedarkan dengan dunia di luar kampus selepas tamat belajar nanti. Realitinya, untuk menjadi usahawan yang berjaya, apa yang diperlukan ialah 70% pengurusan perhubungan manusia (PR) dan hanya 30% sahaja pengetahuan teknikal.

- vii) Pada dasarnya, universiti dan kolej tidak mempersiapkan diri pelajar untuk bekerja sendiri sebagai pilihan kerjaya mengakibatkan banyak potensi usahawan yang hilang. Oleh itu, untuk mengelakkan masalah ini daripada berulang, banyak kolej dan universiti yang menawarkan subjek dan kursus yang berkaitan dengan keusahawanan dan perniagaan kecil. Pengkaji-pengkaji luar negara seperti Gillin and Powe (1994), Gorman and Hanlon (1997), Hood and Young (1993), McMullan and Vesper (1987), Timmons (1999), Wyckham and Wedley (1990) dan Young (1997) telah membuat penyelidikan dan mengenalpasti bahawa pembelajaran keusahawanan amat penting bagi meningkatkan pemahaman terhadap bidang tersebut. Ini dapat menguatkan sokongan agar UTM menitikberatkan pembangunan dan pembelajaran keusahawanan untuk para pelajarnya.
- viii) Seterusnya, setelah menghadiri kursus dan seminar keusahawanan, UTM perlu menghantar pelajarnya menjalani latihan di syarikat-syarikat tempatan yang bersangkutan dengan bidang yang diminatinya. Ini akan lebih memberikan semangat dan pengalaman bernilai kepada pelajarnya kerana dapat melihat dunia perniagaan yang sebenarnya.

Melalui cadangan-cadangan yang telah dibincangkan di atas, pengkaji mengharapkan agar pihak universiti dapat menjadikannya sebagai panduan untuk membangunkan usahawan di UTM. Ini selaras dengan matlamat kerajaan yang inginkan lebih ramai lagi graduan menjadi usahawan untuk meningkatkan taraf ekonomi negara.

5.5.2 Cadangan Kajian Akan Datang

Berdasarkan kepada pengalaman pengkaji semasa menjalankan kajian, beberapa cadangan disarankan kepada penkaji akan datang.

- i) Pengkaji akan datang diharap agar dapat melanjutkan kajian seumpama ini dengan mencari lebih ramai graduan UTM yang telah menjadi usahawan. Pertambahan bilangan usahawan tersebut membolehkan banyak cadangan diperolehi daripada mereka di samping membantu para usahawan mewujudkan rangkaian hubungan perniagaan sesama mereka.
- ii) Selain itu, pengkaji akan datang boleh mengkaji perbandingan antara pelajar UTM yang berminat untuk menjadi usahawan dengan graduan yang telah menjadi usahawan. Di sini, pengkaji dapat membuat perbandingan terhadap faktor pendorong mereka menceburi bidang keusahawanan. Dengan melihat kepada faktor-faktor pendorong daripada dua kumpulan tersebut, maka pengkaji dapat membangunkan satu model pembangunan keusahawanan yang lebih teratur kerana ianya terhasil daripada pandangan pelajar yang ingin menjadi usahawan dan juga graduan yang telah menjadi usahawan.
- iii) Selain itu, pengkaji akan datang perlu lebih banyak bekerjasama dan sentiasa menghubungi Unit Pembangunan Alumni (UPA) untuk mengetahui maklumat terkini berkaitan dengan graduan UTM. Ini kerana, UPA akan mengadakan pelbagai aktiviti tahunan seperti jamuan makan malam, pertandingan golf dan lain-lain. Oleh itu, pengkaji boleh memohon kerjasama untuk turut terlibat agar dapat bertemu muka dengan graduan UTM terutamanya mereka yang telah menjadi usahawan.
- iv) Pengkaji akan datang juga boleh mengkaji pelajar Sarjana Keusahawanan IT (SKIT), UTM yang didedahkan secara langsung dengan bidang keusahawanan. Pengkaji boleh mengkaji faktor yang mendorong mereka untuk mengambil kursus ini dan perancangan perniagaan mereka apabila tamat belajar. Adakah mereka terus membuka perniagaan sendiri atau bekerja makan gaji terlebih dahulu. Selain itu, satu kajian untuk melihat samada wujudnya perbezaan yang ketara antara pelajar yang mendapat didikan formal

tentang bidang keusahawanan dengan pelajar yang memperolehnya secara tidak formal di dalam kelas. Hal ini perlu dikaji untuk mengetahui keberkesanan pembelajaran keusahawanan bagi pelajar SKIT.

- v) Pada masa kini, Malaysia amat mengalakkan rakyatnya menceburi bidang keusahawanan terutamanya keusahawanan teknologi bagi menjana ekonomi negara dan bersaing dengan negara maju yang lain. Sehubungan itu, pengkaji akan datang boleh mengkaji perkara-perkara penting yang melibatkan usahawan teknologi di Malaysia dalam sesuatu sektor tertentu. Contohnya seperti melihat pertumbuhan dan perkembangan dalam perniagaan yang sedang dilakukan.
- vi) Pengkaji akan datang juga boleh membuat kajian secara jangka panjang kerana ia jarang dilakukan oleh pengkaji di Malaysia, contohnya dalam jangkamasa lima tahun. Pengkaji akan mengedarkan soal-selidik di awal tahun pertama dan mengedarkan soal-selidik yang sama di hujung tahun ke lima. Peningkatan terhadap pencapaian syarikat diukur sepanjang lima tahun tersebut. Dengan itu, keputusan yang lebih tepat dapat diperolehi berhubung dengan hubungan yang wujud antara faktor pendorong dengan pencapaian syarikat. Kajian secara jangka panjang ini banyak dilakukan oleh pengkaji luar negara dan memberikan keputusan yang lebih tepat.

5.6 Ringkasan

Bab terakhir ini telah membincangkan kesimpulan hasil dapatan kajian yang telah dianalisis dalam bab 4 dan juga membincangkan cadangan-cadangan untuk pihak UTM serta pengkaji akan datang.

RUJUKAN

Ab. Aziz Yusof (2003). *Prinsip Keusahawanan*. Prentice Hall: Pearson Malaysia Sdn. Bhd

Abdul Aziz Ab. Latif. (2000). *Technology Development In Small And Medium Industries*. Utara Management Review 1(2): 18-91.

Abdul Aziz Yusof (1998). *Asas-Asas Keusahawanan*. Selangor: Prentice Hall (M) Sdn.Bhd.

Abdul Aziz, Mahmud (1984). *Malay Entrepreneurship Problem in Development: A Comparative Empirical Analysis*. Unit Penyelidikan SosioEkonomi, Jabatan Perdana Menteri: Kuala Lumpur, Malaysia.

Abdul Khalid Ibrahim (1992). *Ke Arah Usahawan Bumiputera Yang Berdaya Saing Menerusi Etika Niaga Dan Mempertajamkan Dayaafikir Strategik*. Kertas kerja kongres ekonomi Bumiputera ketiga. Dewan Perniagaan Melayu Malaysia: Kuala Lumpur, 10-12 Januari 1992.

Abdul Rahman Embong (2000). *Globalisasi, Negara Dan Pembentukan Kelas Di Malaysia*. Dlm Norani Othman & Sumit K. Mandal (pnyt.). Malaysia menangani globalisasi: peserta atau mangsa?: Penerbit UKM.

Adnan Alias (1988). *A Study of Entrepreneur Characteristics Business Plans and Start-up Capital of Unsuccessful New Ventures: Case of a Venture Creation Program in a Developing Country*. Dissertation: UKM.

Ahmad Berek (1976). *Melahirkan Usahawan Bumiputera:Merdeka Pulihkan Semangat Usahawan*. Pusat Daya Pengeluaran Negara.

Badrul Hisham (1995). *Pengaruh Pendidikan Formal dan Tidak Formal terhadap Prestasi Usahawan*. Universiti Kebangsaan Malaysia.

- Barjoyai Bardai (2000). *Keusahawanan dan Perniagaan*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- BenDaniel, D. (1999). *Center of Entrepreneurial Leadership of the Ewing Kauffman Foundation and the Johnson Graduate School of Management*, Cornell University.
- Birley,S. and Westhead,P. (1994). *A Taxonomy Of Business Start-Up Reasons And Their Impact On Growth And Size*, Journal of Business Venturing, 9: 7–31.
- Bonnett, C. and Furnham, A. (1991) *Who wants to be an entrepreneur? A study of adolescents interested in a young enterprise scheme*. Journal of Economic Psychology, 12 (3), 465-478.
- Bowles, S dan Gintis, H. (1976). *Schooling in Capitalist America*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Brockhaus, R.H. (1982). *The Psychology Of The Entrepreneur*. In C.A. Kent, D.L. Sexton & K.H. Vesper (Eds.), *Encyclopedia of Entrepreneurship* pp. 39-56, Englewood Cliffs: NJ: Prentice Hall.
- Brockhaus, R.H. (1987) *Entrepreneurial Folklore*. Journal of Small Business Management, 25 (3), 1-6.
- Brockhaus, R.H.& Horwitz, P.S (1986). *The Psycology Of The Entrepreneur*, In D.L. Sexton & R.W Smilor (Eds.). *The Art And Science Of Entrepreneurship*, 25-48 Cambrige, MA: Ballinger
- Brown, R. (1990). *Encouraging Enterprise; Britain's Graduate Enterprise Program*. Journal of Small Business Management. 28 (4),71-77.
- Bygrave, W. D. (1997). *The Portable MBA In Entrepreneurship*. Edisi Kedua, Amerika Syarikat: John Wiley & Sons. Inc.

- Bygrave, W.D. (1989). *The Entrepreneurship Paradigm (1): A Philosophical Look At Its Reserch Methodologies*. Entrepreneurship Theory and Practice 14(2).
- Casson, M (1985). *Entrepreneurship and the Dynamics of Foreign Investment*. New York: St. Martin's Press.
- Chan, Lih Wei Javihn (1995). *Chinese Entrepreneurship: A Study on The Second Generation Chinese in Singapore*. National University of Singapore: Tesis Sarjana Muda.
- Charles Banfe (1991). *Entrepreneur: From Zero To Hero*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Chell, E. Haworth, J. Brearley, S. (1991). *The Entrepreneurial Personality: Concepts, Cases And Categories*. Impr/Ed: London, New York: Routledge.
- Chen, C.C. et al. (1998) *Does Entrepreneurial Self-Efficacy Distinguish Entrepreneurs From Managers?: Journal of Business Venturing*, 13 (4), 295-316.
- Chow, W.S. (2000). *Success Factors For IS Disaster Recovery Planning in Hong Kong*. Information Management & Computer Security. 8 (2); 80-87.
- Clark, Katherine, K. (1998). *The Great Equalizers: Six Secrets to Success for All Entrepreneurs*. Vital Speeches of the Day. 65 (10): 304-306.
- Clements, S. (1987). *The Self-Efficacy Expectations And Occupational Preferences Of Females And Males*. Journal of Occupational Psychology. 23, 1455–1470.
- Collin, O. dan Moore, D.G. (1964). *The Enterprise Man*. Michigan State University.
- Crant, J. M. (1996). *The Proactive Personality Scale As A Predictor Of Entrepreneurial Intentions*. Journal of Small Business Management. 34, 42–49.

- Dubini, P. (1988) *The Influence Of Motivations And Environment On Business Start-Ups: Some Hints For Public Policies*. Journal of Business Venturing. 4, 11-26.
- Dyer, W.G. Jr. (1992). *The Entrepreneurial Experience*. Edisi Pertama. San Francisco: Jossey-Bass Publishers.
- Evans, Dylan Jones (1995). *A Typology of Technology-Based Entrepreneurs: A Model Based on Previous Occupational Background*. International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research. 1 (1):26-47.
- Fleming, P. (1992). *The Role of a Structured Intervention in Shaping Graduate Entrepreneurship*, Unpublished Thesis, University of Limerick.
- Gartner, W.B., Shaver, K., Gatewood, E. dan Katz, J. (1994). *Finding the Entrepreneurship in Entrepreneurship*. Entrepreneurship Theory and Practice. Spring, 5-9.
- Gasse, Y. (1990), *An Experience in Training In The Area Of Entrepreneurship And Starting In Business In Quebec; The Project 'Become An Entrepreneur*, New Findings and Perspectives in Entrepreneurships, Eds., Donkels, R. and Miettinen, A., Billing and Son.
- Gillin, L. M., and M. Powe M. (1994). *Added Value From Teaching Entrepreneurship And Innovation* (Abstract). Frontiers of Entrepreneurship Research 1994 Edition, 687--689.
- Gomolka, B. (1977). *Characteristics of Miority Entrepreneurs and Small Business Enterprises*. American Journal of Small Business. Vol.2 No. 1, July 1997, 10-21.
- Gorman, G., and D. Hanlon (1997). *Some Research Perspectives On Entrepreneurship Education, Enterprise Education And Education For Small Business Management: A Ten-Year Literature Review*. International Small Business Journal 15, 3: 56-79

- Greenberger, D.B. and Sexton, D.L. (1988) *An Interactive Model Of New Venture Initiation*. Journal of Small Business Management. 26 (3), 1-7.
- Hackett, G. & Betz, N. E. (1981). *A Self-Efficacy Approach To The Career Development Of Women*. Journal of Vocational Behavior. 18, 326–339.
- Halloran, James W. (1994). *Entrepreneurship*. USA: Mc Graw-Hill. Inc.
- Harper, D.A (1996). *Enterprenuership and the Market Process*. London: Routhledge.
- Hart, M. and Harrison, R. (1992) *Encouraging Enterprise In Northern Ireland: Constraints And Opportunities*. Irish Business and Administrative Research. 13, 104-116.
- Hatten, T.S (1997). *Small Business: Entrepreneurship And Beyond*. Uppwer saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Hebert, R.F. Link, A.N. (1988). *The Entrepreneur - Mainstream Views and Radical Critiques*, 2nd ed. New York: Praeger.
- Herron, L. and Sapienza, H.J. (1992) *The Entrepreneur And The Initiation Of New Venture Launch Activities*. Entrepreneurship Theory and Practice. 17 (1), 49-55.
- Hills, G.E. and Welsch, H.P (1986). *Entrepreneurship Behavioral Intentions And Student Independence, Characteristics And Experiences, In Frontiers Of Entrepreneurial Research*, Eds, Ronstadt et al. Wellesley, MA. Babson College.
- Hisrich, R. D O’Cinneide, B (1986). *The Irish Entrepreneur: Characteristics, Problems and Future Success*. In R. Rostadts, J.A Hornaday, R. Peterson, K.H. Vesper, Eds. Frontiers of Entrepreneurship Research 1986 p. 66-81

- Hisrich, R. D and Peters, M.P. (1995). *Entrepreneurship: Starting, Developing and Managing a New Enterprise*. Edisi Ketiga. Amerika Syarikat: Richard D. Irwin Inc.
- Hood, J. N., and J. E. Young (1993). *Entrepreneurship's Requisite Areas Of Development: A Survey Of Top Executives In Successful Entrepreneurial Firms*. Journal of Business Venturing 8: 115-135
- Humam Hj. Mohamed (1992). *Keusahawanan di Malaysia, Asas Keusahawanan*. Pusat Pembangunan Usahawan Malaysia (MEDEC), Institusi Teknologi Mara, Shah Alam.
- Jacobson, M.K. (1993). *Essential Values And Characteristics Of Entrepreneurial Women Formerly Managers In A Corporate Setting (Women Entrepreneurs)*. The Union Institute 1993 270 pp. DAI-A 54/12 p 4501 June 1994.
- Johnson, B.R. (1990) *Toward A Multidimensional Model Of Entrepreneurship: The Case Of Achievement Motivation And The Entrepreneur*. Entrepreneurship Theory and Practice. 14 (3), 39-54.
- Jonas Dahlgqvist. (2000). *Business Start-Up Reasons And Firm Performance*. International Business School (JIBS), Sweedan.
- Kamal Salih & Hanafiah Hussain (1992). *Mempertingkatkan Keusahawanan Bumiputera dalam Industri Kecil dan Sederhana: Konsep Pensyarikatan Bumiputera, Kertas Kerja Kongres Ekonomi Bumiputera Ketiga*. DPMM, 10-12 Januari.
- Kamarudin Ngah dan Roslim Md. Akhir (1990). *Kaedah Penyelidikan- Panduan Mudah Kerja Luar*. Petaling Jaya: Fajar Bakti
- Kamus Dwibahasa Oxford Fajar (1992). Kuala Lumpur. Penerbit Fajar Bakti Sdn. Bhd.
- Karr, A.R. (1985). *Labour Letter*. The Wall Street Journal, 1 November.

- Khaairuddin Khalil (1996). *Keusahawanan Sebagai Kerjaya*. Kuala Lumpur. Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Kim Woo Choong (1994). *Usahawan Asia: Kekayaan Ada Di Mana-Mana Edisi Ketiga*. Shah Alam. Time Editional Pte. Ltd.
- Kinzer, I.M (1973). *Competition and Entrepreneurship*. University of Chicago Press. Chicago, IL
- Koh, Hian Che (1996). *Testing Hypotheses Of Entrepreneurial Characteristics: A Study Of Hong Kong MBA Students*. Journal of Managerial Psychology. 11 (3) :12-25
- Kourilsky, M. L. & Walstad, W. B. (1998). *Entrepreneurship And Female Youth: Knowledge, Attitudes, Gender Differences, And Educational Practices*. Journal of Business Venturing. 13, 77–88
- Lambing P.A, Kuehl C.R (2003). *Entrepreneurship: Third Edition*. Prentice Hall. New Jersey.
- Lambing, Peggy dan Kuehl, Charles R (2000). *Entrepreneurship: Second Edition*. Prentice Hall. New Jersey.
- Learned, K.E. (1992) *What Happened Before The Organization? A Model Of Organization Formation*. Entrepreneurship Theory and Practice, 17 (1), 39-47.
- Lenney, E. (1977). *Women's Self-Confidence In Achievement Settings*. Psychological Bulletin. 84, 1–14.
- Levin, R.I. dan Rubin, D.S./ Susila Munusamy, Halimah Awang (2000). *Statistik Untuk Pengurusan*. 7th ed., Selangor, Malaysia: Prentice Hall

- Low, Murray B. MacMillan, Ian C. (1988). *Entrepreneurship: Past Research and Future Challenges*. Journal of Management 14 (2), 139-161.
- Malaysia (2001). *Laporan Prestasi Bulanan Aktiviti Perniagaan 2001*. Kementerian Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna.
- Matthews, C. H. & Moser, S. B. (1996). *A Longitudinal Investigation On The Impact Of Family Background And Gender On Interest In Small Firm Ownership*. Journal of Small Business Management, 34(2), 29-43.
- Mc Clelland. David (1961). *The Achieving Society*: New York.
- McDermott, K (1987). *Europe Gets The Entrepreneurial High-Tech*. D&B Reports Jan/Feb 1987 pp. 36-44.
- McMullan, W. E., and L. M. Gillin (1998). *Entrepreneurship Education: Developing Technological Start-Up Entrepreneurs. A Case Study Of A Graduate Entrepreneurship Programme At Swinburne University*. Technovation 18, 4: 275-286.
- McMullan, W. E., and K. H. Vesper (1987) *Universities And Community Venture Development*. In R. G. Wyckam, L. N.
- Md Mohar Mohamad, Mior Razman Mior Yunus, Muhammad Fakhrurazy Md Ariff, Noorazimah Mohd Noor, Tan Chai Chen dan Tew Nee Hong (2001). *Kajian Perbandingan Keusahawanan Bangsa Melayu Dan Cina Di Johor Bahru*. Prosiding Persidangan Kebangsaan Pertama Keusahawanan dan Perniagaan Kecil: Universiti Utara Malaysia.
- Md. Mohar Mohamad dan Dr. Mohd Hassan Mohd Osman (2002). *Menilai, Mengukuh dan Memantapkan Program Pembangunan Usahawan Bumiputera di Negeri Johor Darul Takzim*. Bengkel Masyarakat Perdagangan dan Perindustrian Bumiputera Negeri Johor, Hotel Hyatt Regency, Johor Bahru.

- MEDEC (Pusat Pembangunan Usahawan Malaysia) (1992). *Laporan Tahunan MEDEC*. Malaysia.
- MIT (2003). *Start-up Clinic Registration*. MIT Enterprise Forum of Cambridge..
[online] network on 16 January 2004 on the World Wide Web :
<http://www.regsecure.net/mit/regstartup.html>
- Moha Asri Abdullah (1999). *Pembangunan Industri Kecil dan Sederhana*. :Utusan Publications & Distributors Sdn. Bhd.
- Mohamad Abdul Hamid (1996). *Fokus Perniagaan*. Didik Niaga vol:1 Edisi Pertama. Kuala Lumpur. Karangpena Publisher.
- Mohd Hassan Mohd Osman, Nor Azreen Zainul, Norrul Hasmizan Hashim dan Siti Norliza Abd Manaf (2003). *Faktor-Faktor Kejayaan Kritikal Usahawan TEKUN Di Negeri Johor*. Kertas Kerja Di Bentang Pada Majlis Anugerah TEKUN 2003. Universiti Teknologi Malaysia.
- Mohd Nasir Ahmad (2003). *Kecemerlangan Dalam Keusahawanan*.
- Moorman, Jerry W. & Halloran, James W. (1993). *Entrepreneurship*. Ohio: South-Western Publishing W.
- Naffziger, D.W. Hornsby, J. S. and Kuratko, D. F. (1994) *A Proposed Research Model Of Entrepreneurial Motivation*. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18 (3), 29-42.
- Nevill, D. D. & Schlecker, D. I. (1988). *The Relation Of Self-Efficacy And Assertiveness To Willingness Teenage In Traditional/Nontraditional Career Activities*. *Psychology of Women Quarterly*, 12(1), 91–98.
- Nieuwenhuizen, C. and Kroon, J. (2001). *Identification of Entrepreneurial Success Factors to Determine The Content of Entrepreneurship Subjects*. South Africa.

- Nobuhiro Kurose. 1994. *University Graduate Entrepreneur in small Business: Lets Be Entrepreneur – a Booming Entrepreneur in Japanese Youth*. Kertas kerja yang dibentangkan di International Small Business Congress, Jakarta, 18-21 September.
- Nor Aishah Buang (2002). *Asas Keusahawanan*. Fajar Bakti. Polygraphic (M) Sdn. Bhd.
- O Connor, Brian. (1999). *What Can You Learn from Entrepreneurs*. Works Management, 52 (7): 17.
- Oakey, R.P (1995). *High Technology Small Firms: variable Barriers to Growth*. Paul Chapman, London. pp 12-13
- Pagena, R. Robert (1981). *Understanding Statistic In The Behavioral Science*. West Publishing Company: New York.
- Parasuraman, A (1991). *Marketing Research*. New York: Addison-Wesley Publishing Company.
- Pui-Tak Lee (1998). *Chinese Financial Enterprenuership: The Case of K.P Chen*. Journal of Asia Business, 14 (1): 23-24.
- Radzali bin Hassan (1991). *Seminar:Sikap Dan Sifat-Sifat Yang Diperlukan Dalam Pembangunan Usahawan*. Kuala Lumpur: Kementerian Perusahaan Awam.
- Ragayah dan Rahmah (1995). *Pemasaran Industri Skel Kecil*. Dlm. Rahmah Ismail (pnyt.). *Industri kecil Malaysia: Isu Pembiayaan, Teknologi & Pemasaran*. Penerbit UKM.
- Rajmah Hasan Shirat(2002). *Universiti Punca Graduan Menganggur?* Utusan Malaysia, 13 Ogos 2002. Utusan Melayu (M) Berhad.

- Robert, E (1991). *Small Business Usage Of The Target Marketing*. Journal of Small Business Management. pp 79-85.
- Roberts, T. & Nolen-Hoeksema, S. (1994). *Gender Comparisons In Responsiveness To Others' Evaluations In Achievement Settings*. Psychology of Women Quarterly. 18, 221–240.
- Rodriguez, Lena T (2000). *The Wind beneath Their Wing: The Modirating Effects Of Social Support On The Entrepreneur And Entrepreneurial Performance Outcome*. (Unpublished Doctoral Dissertation, Graduate College At The University Of Nebraska) Ann Arbor, UMI Digital dissertations.
- Ronstadt, R (1985). *The Educated Entrepreneurs: A New Era of Entrepreneurship Education is Beginning*, American Journal Of Small Business, 10(1).
- Ronstadt, R.C (1984). *Entrepreneurship*. Dover, MA:Lord Publishing Co.
- Ronstadt,R.C (1985). *The Educated Entrepreneurs:A New Era of Entrepreneurship Education is Beginning*. American Journal of Small Business. 10(1).
- Sanholtz, K. (1990) MBA: *Attitudes*. The College Edition of the National Business Employment Weekly, Spring, 14-15.
- Scheinberg, S dan I.C MacMillan. (1988). *An II Country of Motivations to Start A business*. Frontiers of Entrepreneurship Research. Wellisley, MA: Babson Collage.
- Scherer, R. F., Brodzinski, J. D., & Wiebe, F. A. (1990). *Entrepreneurial Career Selection And Gender: A Socialization Approach*. Journal of Small Business Management. 28(2), 37–44.
- Schumpeter, J.A.(1962). *Capitalism, Socialism and Democracy*.

- Scott, M.G. and Twomey, D.G. (1988). *The long-Term Supply of Entrepreneurs; Students Career Aspirations in Relation to Entrepreneurship*. Journal of Small Business Management. 26(4), 5-13.
- Sexton, D.L. dan Bowman, N. (1985). *The Entrepreneur: A Capable execute and more*. Journal of Business Venturing (1) 129-140.
- Sexton, D.L. dan Bowman, N. (1988). *The Long-Term Supply of Entrepreneurs; Students' Career Aspirations in Relation to Entrepreneurship*, Journal of Small Business Management. 26(4).
- Shaver, Kelly G.; Scott, Linda R. (1991). *Person, Process, Choice The Psychology Of New Venture Creation*. Entrepreneurship: theory and Practice Dec 22 1991. 16(2) 23.
- Shere, J. (1982). *Tolerance Of Ambiguity As A Discriminating Variable Between Entrepreneurs And Managers*. Proceeding pp 404-406. New York: Academy of Managerial.
- Teresa V Menzies, Joseph C Paradi (2002). *Encouraging Technology-Based Ventures: Entrepreneurship Education And Engineering Graduates*. New England Journal of Entrepreneurship Fall 2002. Vol. 5, Iss. 2; pg. 57, 8 pg.
- Thomas W.Z and Norman M.S (1994). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management Second Edition*, Prentice Hall, New Jersey.
- Uma Sekaran (1992). *Research Methods For Business - A Skill- Building Approach. Second Edition*. United States of America: John Wiley and Sons, Inc.
- Uma Sekaran (2003). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach. Fourth Edition*. United States of America: John Wiley and Sons, Inc.
- Universiti Teknologi Malaysia (2003) Unit Perbangunan Alumni. Universiti Teknologi Malaysia, Skudai.

Usahawan Sukses (Januari 2002). *Datuk Maznah Unggul Terajui Perniagaan*. Pustaka Wira Sdn Bhd.

Vesper,K. (1980). *New venture Strategies*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

Weihe, H.J and Reich, F.R. (1993). *Entrepreneurial Interest Among Business Students: Results Of An International Study*. Entrepreneurship and business Development, Ed. Klandt,H. Avebury.

Wells, Sandra Jenny (1994). *Learning and Leadership Development of Women Entrepreneurs: an exploratory study*. North Carolina State University EDD

Ya'akub Isa (1996). *Almanah Pendidikan*. Kuala Lumpur. Berita Harian Sdn. Bhd.

Yep Putih (1985). *Keusahawanan edisi pertama*. Kuala Lumpur. Dewan bahasa dan Pustaka.

Young, J. E. (1997). *Entrepreneurship Education And Learning For University Students And Practicing Entrepreneurs*. In D. L. Sexton and R. W. Smilor, eds., Entrepreneurship 2000. Chicago: Upstart, 215-238.

Zafir Mohd Makhbul dan Fazilah Mohamad Hasun (2003). *Menjadi Usahawan*. PTS Publications & Distributor Sdn. Bhd.

Zaini Mahbar, Zaimah Darawi dan Hasnah Ali (1995). *Teknologi dan Kemahiran dalam Industri Skala Kecil*. Dlm. Rahmah Ismail (pnyt.). Industri Kecil Malaysia: Isu pembiayaan, teknologi dan pemasaran, Bangi: UKM.

Zenkin, Maurice (1981). *Entrepreneurs: Key to Growth*. Stanford Research Institute Journal, Second Quarter:43-48.

Zolkifli Alib (1996). *Pengurusan Sekolah*. Cheras, Utusan Publication & Distributors –halaman 101-102.



Unit Pembangunan Keusahawanan
Fakulti Pengurusan dan Pembangunan Sumber Manusia
Universiti Teknologi Malaysia
81310 Skudai Johor
Telefon/Faks: 07-5531810

Borang Soal Selidik

**FAKTOR YANG TELAH MENDORONG GRADUAN DAN ALUMNI UTM MENCEBURI BIDANG
KEUSAHAWANAN**

.....
Objektif kajian:

- i. Mengenalpasti faktor yang telah mendorong graduan UTM menceburi bidang keusahawanan.
 - i. Mengenalpasti keperluan kemahiran dan pembangunan keusahawanan yang diperlukan oleh pelajar semasa di UTM.
 - ii. Mengetahui hubungan di antara jenis perniagaan yang diceburi dengan jurusan yang diambil semasa di UTM.
 - iii. Mendapatkan profil graduan yang telah menjadi usahawan.
-

BAHAGIAN 1: DEMOGRAFI

Arahan: Sila tandakan **X** atau catatkan dalam ruang petak di bawah:

1. Jantina ☐ Lelaki ☐ Perempuan
2. Umur: _____ tahun
3. Taraf pendidikan:
☐ Diploma ☐ Sarjana
☐ Ijazah ☐ Lain-lain: Nyatakan: _____
4. Jurusan yang diambil semasa di UTM:
☐ Kejuruteraan ☐ Pengurusan
☐ Sains komputer ☐ Lain-lain. Nyatakan _____
5. Sesi Kemasukan di UTM: _____

BAHAGIAN 2: PROFIL SYARIKAT USAHAWAN

Arahan: Sila tandakan **X** atau tulis di ruangan yang disediakan:

6. Nyatakan tahun syarikat anda mula beroperasi: _____
7. Apakah struktur pemilikan perniagaan anda?
☐ Perseorangan (Sole Proprietorship) ☐ Syarikat Sdn. Bhd (Private Limited)
☐ Syarikat Bhd (Public Limited) ☐ Perkongsian (Partnership)
8. Apakah jenis perniagaan yang anda ceburi?
☐ Pembuatan ☐ Pembinaan
☐ Perkhidmatan ☐ Lain-lain. Nyatakan: _____
9. Pada pandangan anda adakah perniagaan yang dijalankan berasaskan teknologi?
☐ Ya ☐ Tidak

BAHAGIAN 3: PENCAPAIAN SYARIKAT

Arahan: Sila tandakan **X**; atau catatkan dalam ruangan yang disediakan; atau bulatkan di bahagian bilangan dengan merujuk kepada tajuk ruangan yang dinyatakan:

10. Berapakah jumlah pelaburan modal pada tahun pertama syarikat anda beroperasi dan pada tahun semasa. **Sila pangkahkan** pada bil. ruangan tahun pertama dan bil. tahun semasa dengan merujuk kepada ruangan jumlah pelaburan modal.

Jumlah Pelaburan Modal	Tahun Pertama	Tahun Semasa
Kurang daripada RM1,000.00		
RM1,000.00 hingga 9,999.00		
RM10,000.00 hingga 24,999.00		
RM25,000.00 hingga 49,999.00		
RM50,000.00 hingga 99,999.00		
RM100,000.00 hingga 249,999.00		
RM250,000.00 hingga 499,999.00		
RM500,000.00 hingga 999,999.00		
RM1,000,000.00 hingga 1,499,999.00		
RM 1,500,000.00 hingga 1,999,999.00		
RM 2,000,000.00 hingga 2,499,999.00		
Lebih daripada RM 2,500,000.00		

11. Berapakah jumlah jualan kasar/ jumlah kontrak yang diterima dari pelanggan dalam nilai Ringgit Malaysia (RM) pada tahun pertama syarikat anda beroperasi dan pada tahun semasa. **Sila pangkahkan** pada bil. ruangan tahun pertama dan bil. tahun semasa dengan merujuk kepada ruangan jumlah jualan kasar/jumlah kontrak.

Jumlah Jualan Kasar/Kontrak	Tahun Pertama	Tahun Semasa
Kurang dari RM1,000.00		
RM1,000.00 hingga 9,999.00		
RM10,000.00 hingga 24,999.00		
RM25,000.00 hingga 49,999.00		
RM50,000.00 hingga 99,999.00		
RM100,000.00 hingga 249,999.00		
RM250,000.00 hingga 499,999.00		
RM500,000.00 hingga 999,999.00		
RM1,000,000.00 hingga 1,499,999.00		
RM 1,500,000.00 hingga 1,999,999.00		
RM 2,000,000.00 hingga 2,499,999.00		
Lebih daripada RM 2,500,000.00		

12. Berapakah jumlah nilai aset dalam Ringgit Malaysia (RM) pada tahun pertama syarikat anda beroperasi dan pada tahun semasa. **Sila pangkahkan** pada bil. ruangan tahun pertama dan bil. tahun semasa dengan merujuk kepada ruangan jumlah nilai aset.

Jumlah Nilai Aset	Tahun Pertama	Tahun Semasa
Kurang dari RM1,000.00		
RM1,000.00 hingga 9,999.00		
RM10,000.00 hingga 24,999.00		
RM25,000.00 hingga 49,999.00		
RM50,000.00 hingga 99,999.00		
RM100,000.00 hingga 249,999.00		
RM250,000.00 hingga 499,999.00		
RM500,000.00 hingga 999,999.00		
RM1,000,000.00 hingga 1,499,999.00		
RM 1,500,000.00 hingga 1,999,999.00		
RM 2,000,000.00 hingga 2,499,999.00		
Lebih daripada RM 2,500,000.00		

13. Apakah perubahan yang telah anda laksanakan semenjak syarikat beroperasi. **Sila bulatkan** pada nombor-nombor di ruang Ya atau Tidak dengan merujuk kepada ruang perkara di bawah:-

<u>Perkara Anda Lakukan</u>	<u>Ya</u>	<u>Tidak</u>
Penubuhan unit atau cawangan baru	1	2
Membuat keluaran atau kegiatan-kegiatan baru	1	2
Mengadakan alat jentera atau perniagaan baru	1	2
Mengadakan teknik-teknik pemasaran baru	1	2
Lain-lain kemajuan. Sila nyatakan:		

14. Adakah syarikat anda menghadapi masalah membayar pinjaman modal permulaan ataupun perkembangan?

☐ Ya☐ Tidak**BAHAGIAN 4: FAKTOR PENDORONG MENJADI USAHAWAN**

Dalam bahagian ini terdapat faktor-faktor yang telah mendorong usahawan menceburi bidang keusahawanan. (Sila tandakan tahap kepentingan mengikut pandangan anda).

Kunci	1 Sangat Tidak Setuju	2 Kurang Setuju	3 Setuju	4 Sangat Setuju
-------	--------------------------	--------------------	-------------	--------------------

Bil	Faktor	1	2	3	4
	FAKOR LATARBELAKANG				
1	Saya berasal daripada keluarga yang menjalankan perniagaan.	1	2	3	4
2	Saya berasal daripada keluarga yang kurang berada.	1	2	3	4
3	Saya mewarisi perniagaan keluarga saya.	1	2	3	4
4	Saya pernah membantu ibu bapa dalam urusan perniagaan.	1	2	3	4
5	Saya didedahkan dengan urusan perniagaan sejak masih kecil lagi.	1	2	3	4
6	Pengalaman ketika membantu keluarga menjalankan perniagaan menjadikan saya lebih berminat menceburi bidang perniagaan.	1	2	3	4
7	Ibu bapa selalu berbincang dengan saya mengenai urusan perniagaan.	1	2	3	4
	FAKTOR MOTIVASI				
8	Saya tidak ingin menjadi orang yang biasa sahaja di dalam masyarakat.	1	2	3	4
9	Saya tidak berpuas hati dengan apa yang ada sekarang dan berkeinginan kejayaan yang lebih cemerlang.	1	2	3	4
10	Wang mendorong saya berniaga.	1	2	3	4
11	Saya ingin dipandang tinggi oleh orang lain.	1	2	3	4
12	Kelulusan akademik yang tinggi mendorong saya menjadi seorang usahawan.	1	2	3	4
13	Kejayaan ahli keluarga atau saudara mara di dalam bidang keusahawanan dan perniagaan telah mendorong untuk saya mengejar kejayaan seperti mereka.	1	2	3	4
14	Ibu bapa menggalakkan saya menceburi bidang keusahawanan dan perniagaan.	1	2	3	4
15	Golongan miskin selalu dipandang rendah.	1	2	3	4
16	Ahli keluarga saya bangga dengan pekerjaan saya sekarang.	1	2	3	4
17	Saya mempunyai ramai kawan yang mengurus perniagaan.	1	2	3	4
18	Saya berasa bertanggungjawab untuk menjalankan perniagaan.	1	2	3	4
19	Kejayaan kawan di dalam dunia perniagaan memberi dorongan untuk saya berjaya seperti mereka.	1	2	3	4
20	Kejayaan orang lain dalam dunia perniagaan mendorong saya untuk terus berjuang memburu kejayaan seperti mereka atau melebihi mereka.	1	2	3	4
21	Saya enggan menjawat jawatan yang tinggi walaupun gajinya lumayan kerana saya ingin kejayaan yang lebih besar dan cemerlang dengan usaha diri sendiri.	1	2	3	4
22	Saya bertanggungjawab meningkatkan taraf kehidupan keluarga saya.	1	2	3	4

23	Saya tidak akan puas dengan satu kejayaan sahaja.	1	2	3	4
24	Saya selalu ingin memperkembangkan perniagaan saya.	1	2	3	4
25	Status tinggi usahawan di mata masyarakat menaruh minat saya untuk maju cemerlang dalam dunia keusahawanan.	1	2	3	4
26	Saya meminati pekerjaan yang akan memberi peluang untuk lebih mencapai kejayaan.	1	2	3	4
27	Saya jelas dengan matlamat hidup saya.	1	2	3	4
28	Saya ingin untuk mengaut keuntungan yang lebih besar dan lebih lumayan.	1	2	3	4
29	Saya gembira apabila mengaut banyak keuntungan dalam urusan perniagaan.	1	2	3	4
30	Saya hanya merasa selamat dengan mempunyai wang.	1	2	3	4
FAKTOR SIKAP					
31	Saya suka akan cabaran kerana ianya menambahkan pengalaman saya.	1	2	3	4
32	Saya tidak suka bekerja dengan orang lain kerana ini merupakan suatu pengalaman untuk menggalakkan saya terus menempah kejayaan.	1	2	3	4
33	Saya banyak mencapai peluang perniagaan.	1	2	3	4
34	Saya mempunyai sikap ingin tahu mengenai peristiwa-peristiwa yang berlaku sekarang.	1	2	3	4
35	Saya bercita-cita menjadi seorang usahawan yang berjaya.	1	2	3	4
36	Saya yakin terhadap keupayaan diri-sendiri.	1	2	3	4
37	Saya kreatif kerana suka melakukan sesuatu yang luar biasa daripada orang lain.	1	2	3	4
38	Saya berusaha dengan bersungguh-sungguh dalam perniagaan yang saya lakukan sekarang ini.	1	2	3	4
39	Saya sanggup mengorbankan lebih banyak masa demi perkembangan perniagaan saya.	1	2	3	4
40	Saya menghargai peluang perniagaan yang ada di sekitar untuk memberikan sumbangan kepada masyarakat.	1	2	3	4
41	Kebolehan berfikir panjang adalah penting untuk saya mengembangkan perniagaan.	1	2	3	4
42	Saya tidak berputus asa walaupun telah gagal dalam perniagaan kerana kegagalan tidak bererti kalah.	1	2	3	4
43	Saya memandang serius cita-cita untuk menceburi dunia keusahawanan dan perniagaan.	1	2	3	4
44	Sikap rajin menjadikan kerjaya saya hari ini.	1	2	3	4
45	Kecekalan merupakan prinsip hidup saya menceburi bidang keusahawanan.	1	2	3	4
FAKTOR KEMAHIRAN					
46	Saya mempunyai kemahiran yang berkait rapat dengan perniagaan saya.	1	2	3	4
47	Saya mempunyai pengalaman sebelum saya betul-betul memulakan perniagaan sendiri.	1	2	3	4
48	Saya berkemahiran dan berpengalaman untuk mengenalpasti peluang	1	2	3	4

	pekerjaan di sekitar saya.				
49	Melengkapkan diri dengan kemahiran dan pengalaman merupakan langkah awal yang penting untuk diambil sebelum saya memulakan perniagaan.	1	2	3	4
50	Saya setuju bahawa usahawan perlu dilengkapi kemahiran dan pengalaman sebagai langkah permulaan menjadi seorang usahawan.	1	2	3	4
51	Saya pernah bekerja dengan orang lain sebelum saya memulakan perniagaan sendiri.	1	2	3	4
52	Saya boleh memberi arahan yang tepat dan tidak mengelirukan semasa berkomunikasi dengan orang lain.	1	2	3	4
53	Kemahiran beserta pengalaman menjadikan supaya lebih berani menghadapi risiko dalam perniagaan.	1	2	3	4
54	Berkemahiran adalah lebih baik daripada tidak berkemahiran dalam dunia keusahawanan.	1	2	3	4
55	Saya berpedapat bahawa kegagalan orang lain dalam perniagaan adalah disebabkan kekurangan kemahiran dan pengalaman.	1	2	3	4
56	Saya boleh mengira dan mengurus kewangan untuk perniagaan saya.	1	2	3	4
57	Saya boleh mengambil keputusan untuk menyelesaikan sesuatu masalah.	1	2	3	4
58	Saya mempunyai keyakinan untuk berkomunikasi dengan orang lain.	1	2	3	4
59	Kemahiran dan pengalaman pengurusan dalam dunia perniagaan menjamin kestabilan perniagaan.	1	2	3	4
60	Kemahiran merupakan pemangkin kejayaan.	1	2	3	4

61. Apakah pandangan anda sekiranya kedai usahawan ditubuhkan untuk memberikan peluang kepada para pelajar UTM berniaga ?

—

—

—

62. Pada pendapat anda, apakah langkah yang seharusnya diambil oleh pihak UTM untuk menarik minat pelajar menceburi bidang keusahawanan?

—

—

—

**TERIMA KASIH
KERJASAMA DARIPADA ANDA AMAT KAMI HARGAI**

Jika anda ingin memberi sebarang komen sila gunakan ruang di bawah.

.....

.....

.....

.....

.....

Terima kasih di atas kerjasama anda. Sumbangan anda amat di hargai.

Sila kembalikan borang soal selidik ini menggunakan sampul yang disediakan.

Alamat perhubungan

Prof. Madya Dr. Mohd. Hassan Mohd. Osman
Unit Pembangunan Keusahawanan
Fakulti Pengurusan & Pembangunan Sumber Manusia
Universiti Teknologi Malaysia
81310 Skudai

☐

Sila tandakan di dalam petak sebelah jika anda ingin satu salinan
lapuran penyelidikan dihantar kepada anda. Tulis dengan huruf besar
nama syarikat dan alamat di dalam ruang yang disediakan di bawah:

Nama syarikat:

.....

Alamat:

.....

.....

LAMPIRAN B

Min Bagi Faktor-Faktor Pendorong Usahawan

Bil	Faktor	Bil	Min	Sisihan piawai
	FAKOR LATAR BELAKANG			
1.	Berasal daripada keluarga yang kurang berada.	53	1.85	0.84
2.	Berasal daripada keluarga yang menjalankan perniagaan.	53	2.53	1.10
3.	Didedahkan dengan urusan perniagaan sejak masih kecil lagi.	53	1.26	0.65
4.	Pengalaman ketika membantu keluarga menjalankan perniagaan menjadikan minat yang lebih mendalam untuk ceburi bidang perniagaan.	53	1.58	0.82
5.	Ibu bapa selalu berbincang mengenai urusan perniagaan.	53	1.85	1.05
6.	Pernah membantu ibu bapa dalam urusan perniagaan.	53	1.77	0.89
7.	Mewarisi perniagaan keluarga.	53	1.68	0.96
	FAKTOR MOTIVASI			
8.	Jelas dengan matlamat hidup.	53	3.49	0.64
9.	Selalu ingin memperkembangkan perniagaan.	53	3.55	0.57
10.	Tidak berpuas hati dengan apa yang ada sekarang dan berkeinginan untuk mencapai kejayaan yang lebih cemerlang.	53	3.25	0.94
11.	Dorongan daripada kejayaan orang lain untuk terus berjuang memburu kejayaan sama seperti mereka atau melebihi mereka.	53	2.98	0.95
12.	Bertanggungjawab meningkatkan taraf kehidupan keluarga.	53	3.25	0.83
13.	Meminati pekerjaan yang akan memberi peluang untuk lebih mencapai kejayaan.	53	2.58	0.99
14.	Tidak ingin menjadi orang yang biasa dalam masyarakat.	53	2.57	1.01

15.	Berasa bertanggungjawab untuk menjalankan perniagaan.	53	2.94	1.01
16.	Tidak akan puas dengan satu kejayaan sahaja.	53	3.26	0.65
17.	Enggan menjawat jawatan yang tinggi walaupun gajinya lumayan kerana ingin kejayaan yang lebih besar dan cemerlang dengan usaha diri sendiri.	53	3.21	0.63
18.	Kelulusan akademik yang tinggi sebagai pendorong untuk menjadi seorang usahawan.	53	3.49	0.58
19.	Ahli keluarga bangga dengan pekerjaan sekarang.	53	3.25	0.76
20.	Mempunyai ramai kawan yang mengurus perniagaan.	53	3.57	0.67
21.	Gembira apabila mengaut banyak keuntungan dalam urusan perniagaan.	53	3.36	0.81
22.	Wang pendorong untuk berniaga.	53	3.58	0.60
23.	Dorongan daripada kejayaan kawan dalam dunia perniagaan.	53	3.49	0.78
24.	Ingin untuk mengaut keuntungan yang lebih besar dan lebih lumayan.	53	3.60	0.57
25.	Status tinggi usahawan di mata masyarakat menaruh minat untuk maju cemerlang dalam dunia keusahawanan.	53	3.21	0.74
26.	Ingin dipandang tinggi oleh orang lain.	53	3.58	0.50
27.	Golongan miskin selalu dipandang rendah.	53	3.60	0.49
28.	Hanya merasa selamat dengan mempunyai wang.	53	3.21	.91
29.	Kejayaan ahli keluarga atau saudara mara di dalam bidang keusahawanan dan perniagaan menjadi pendorong mengejar kejayaan seperti mereka.	53	3.30	.72
30.	Galakan Ibu bapa untuk menceburi bidang keusahawanan.	53	2.83	.99
	FAKTOR SIKAP			
31.	Tidak berputus asa walaupun telah gagal dalam perniagaan kerana kegagalan tidak bererti kalah.	53	3.68	0.47
32.	Kebolehan berfikir panjang adalah penting untuk mengembangkan perniagaan.	53	3.25	0.70
33.	Menghargai peluang perniagaan yang ada di sekitar untuk memberikan sumbangan kepada masyarakat.	53	3.19	0.56
34.	Suka akan cabaran kerana ianya menambahkan pengalaman.	53	3.49	0.54

35.	Berusaha dengan bersungguh-sungguh dalam perniagaan yang lakukan sekarang ini.	53	3.62	0.69
36.	Rajin menjadikan kejayaan dalam bidang keusahawanan.	53	3.58	0.60
37.	Memandang serius cita-cita untuk menceburi dunia keusahawanan dan perniagaan.	53	3.40	0.66
38.	Kecekalan merupakan prinsip hidup dalam menceburi bidang keusahawanan.	53	3.62	0.49
39.	Bercita-cita menjadi seorang usahawan yang berjaya.	53	3.55	0.70
40.	Yakin terhadap keupayaan diri-sendiri.	53	3.68	0.47
41.	Sanggup mengorbankan lebih banyak masa demi perkembangan perniagaan saya.	53	3.72	0.57
42.	Saya mempunyai sikap ingin tahu mengenai peristiwa-peristiwa yang berlaku sekarang.	53	3.74	0.56
43.	Kreatif kerana suka melakukan sesuatu yang luar biasa daripada orang lain.	53	3.62	0.63
44.	Banyak mencapai peluang perniagaan.	53	3.68	0.58
45.	Tidak suka bekerja dengan orang lain kerana ia merupakan pengalaman untuk galakkan mencapai kejayaan.	53	3.57	0.64
	FAKTOR KEMAHIRAN			
46.	Berkemahiran adalah lebih baik daripada tidak berkemahiran dalam dunia keusahawanan.	53	3.49	0.75
47.	Boleh mengambil keputusan untuk menyelesaikan sesuatu masalah.	53	3.43	0.87
48.	Kemahiran dan pengalaman pengurusan dalam dunia perniagaan menjamin kestabilan perniagaan.	53	3.53	0.67
49.	Kemahiran merupakan pemangkin kejayaan.	53	3.47	0.67
50.	Kemahiran beserta pengalaman menjadikan supaya lebih berani menghadapi risiko dalam perniagaan.	53	3.51	0.64
51.	Mempunyai keyakinan untuk berkomunikasi dengan orang lain.	53	3.36	0.88
52.	Setuju bahawa usahawan perlu dilengkapi kemahiran dan pengalaman sebagai langkah permulaan menjadi seorang usahawan.	53	3.45	0.64
53.	Berkemahiran dan berpengalaman untuk mengenalpasti	53	3.58	0.60

	peluang pekerjaan.			
54.	Boleh mengira dan mengurus kewangan untuk perniagaan.	53	3.70	0.46
55.	Mempunyai kemahiran yang berkait rapat dengan perniagaan.	53	3.30	0.77
56.	Mempunyai pengalaman sebelum memulakan perniagaan sendiri.	53	3.49	0.54
57.	Melengkapkan diri dengan kemahiran dan pengalaman merupakan langkah penting yang perlu diambil kira sebelum memulakan perniagaan.	53	3.68	0.58
58.	Boleh memberi arahan yang tepat dan tidak mengelirukan semasa berkomunikasi dengan orang lain.	53	3.60	0.63
59.	Pernah bekerja dengan orang lain sebelum memulakan perniagaan sendiri.	53	3.74	0.56
60.	Berpendapat bahawa kegagalan orang lain dalam perniagaan adalah disebabkan kekurangan kemahiran dan pengalaman.	53	3.64	0.62